

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBENTUK
PERILAKUKEAGAMAAN**

**(Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko *Acronics Stationary*
Sukarame Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung**

Oleh:

**Indri Wisma Anugrah
NPM: 1541010259**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H / 2019 M**

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBENTUK
PERILAKU KEAGAMAAN**

**(Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko *Acronics Stationary*
Sukarame Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung**

Oleh:

**Indri Wisma Anugrah
NPM: 1541010259**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)



Pembimbing I : Faisal, S.Ag, M.Ag

Pembimbing II : Bambang Budiwiranto, M.Ag, MA(AS), Ph.D

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H /2019 M**

STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN

(Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko *Acronics Stationary*
Sukarame Bandar Lampung)

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Interpersonal merupakan rencana yang telah dipilih untuk berinteraksi terhadap seseorang dengan tindakan yang akan dilakukan guna mencapai suatu tujuan bersama, strategi juga sebagai metode yang digunakan agar meminimalisir tindakan yang tidak baik dalam pengelolaan suatu usaha yang ingin dicapai. Sedangkan komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih atau kelompok kecil.

Penulis meneliti bagaimana Strategi komunikasi interpersonal dalam membentuk perilaku keagamaan yang ada di toko *acronics stationary* ini, dan berdasarkan hasil data lapangan adanya beberapa strategi yang diterapkan oleh pemilik yang bertujuan agar karyawan terbina dan terbimbing dalam berkerja maupun dalam penerapan perilaku keagamaan yang berkaitan dengan ibadah, aqidah dan akhlak karyawan.

Penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan (*Field Reseach*), dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif, guna memberikan kejelasan terhadap masalah atau peristiwa yang diteliti dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan, adapun pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampling jenuh yaitu dengan mengambil sampel secara keseluruhan dengan jumlah 11 orang, 10 karyawan dan 1 pemilik toko.

Dari hasil penelitian ada beberapa strategi yang digunakan yaitu *pertama* perumusan strategi merupakan tahap awal dimulainya strategi dengan menyusun peraturan-peraturan tugas dan tanggung jawab sebagai karyawan, *kedua* implementasi strategi merupakan pelaksanaan strategi yang telah dirumuskan pada tahap awal, *ketiga* evaluasi strategi yaitu merupakan bagian hasil yang telah dilaksanakan pada bagian ini dilakukan pembenahan pada setiap lini bidang untuk ditingkatkan baik berkaitan pembinaan agama maupun etos kerja sebagai karyawan.

Berdasarkan strategi yang digunakan oleh pemilik toko *acronics stationary* ditemukannya hasil penelitian yaitu terbentuknya sistem kerja aturan yang baik, namun hal ini tidak semuanya berjalan dengan maksimal ada beberapa aturan yang masih belum dijalankan dengan baik oleh karyawan *acronics stationary*.

Kata kunci: *Strategi, komunikasi interpersonal, perilaku keagamaan.*



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp(0721)703260

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indri Wisma Anugrah
NPM : 1541010259
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membentuk Perilaku Keagamaan (Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Mei 2019

Penulis,

Indri Wisma Anugrah

NPM :1541010259



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp(0721)703260

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Interpersonal Dalam Membentuk Perilaku Keagamaan (Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung)

Nama : Indri Wisma Anugrah

NPM : 1541010259

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Telah diperiksa dan dikoreksi oleh pembimbing I dan Pembimbing II. Maka untuk itu pembimbing I dan Pembimbing II menyetujui untuk di ujikan dalam sidang Munaqosyah dan dipertahankan saat ujian di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 29 Mei 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Faisal, S.Ag, M.Ag

NIP. 196901171996031001

Bambang Budi Wiranto, M.Ag, MA (AS)Ph.D

NIP. 197303191997031001

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Bambang Budi Wiranto, M.Ag, MA (AS)Ph.D

NIP. 197303191997031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp(0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Interpersonal Dalam Membentuk Perilaku Keagamaan (Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung). Disusun oleh: Indri Wisma Anugrah, NPM : 1541010259 Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung telah dilaksanakan Sidang Munaqosyah pada hari Rabu Tanggal 29 Mei 2019.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos. M.Sos.i


(.....)

Sekretaris : Ade Nur Istiani, M.I.Kom


(.....)

Penguji I : Dr. Hasan Mukmin, M.Ag


(.....)

Penguji II : Faisal, S.Ag. M.Ag


(.....)

**Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**




Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 196104091990031002

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”, (An-Nahl :125)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Shalawat serta salam atas Nabi Muhammad

SAW, Penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tuaku, Bapak Aming dan ibu Nunung Suangsih yang penulis cintai, tiada hentinya dalam berdoa dan tiada lelah berusaha untuk mendidik dan membesarkan penulis dengan kesabaran dan selalu memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini sampai sekarang ini.
2. Kakak tercinta Deka Erwanta dan sang istri Ayu Fitriana serta adik tercinta Jesika Rahma Wati, terima kasih motivasi dan dukungan moril maupun materil yang diberikan, selalu membuat penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan kemudahan dalam setiap langkah kalian.

RiWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Pringsewu pada tanggal 07 Juli 1997, anak ke 2 dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak aming dan ibu Nunung Suangsih.

Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Di SD Negeri 2 Pulau Pangung tahun 2009, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Talang Padang pada tahun 2012 dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 17 Garut selama 1 tahun kemudian melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Talang Padang lulusan 2015. Kemudian penulis melanjutkan kembali studi di Perguruan Tinggi UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan berkonsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam organisasi dan kegiatan antara lain:

1. Crew UKM-F Rumah Film KPI tahun 2015-sekarang
2. Divisi Keorganisasian UKM-F Rumah Film KPI tahun 2016
3. Sebagai Bendahara Umum UKM-F Rumah Film KPI tahun 2017-2018

Selain itu penulis juga pernah mengikuti:

1. Seminar “Public Speaking Improving Our Life” yang di selenggrakan oleh komunitas semangat pemuda (KOMADA) bekerjasama dengan RADAR TV Aula Graha Pena Radar Lampung

2. Pembuatan Film hasil karya UKM-F Rumah Film Kpi yang berjudul “Bahagia Tanpa Syarat” dan film lainnya pada tahun 2016 dan film-film UKM-F Rumah Film KPI Lainnya.
3. Roadshow UKM-F Rumah Film KPI di Pondok Pesantren Diniyah Putri, MA Al-Hikmah Way Halim, SMA Muhammadiyah Lampung Timur, MA Tanggamus, SMK Yadika Pringsewu, SMKN 1 Gading Rejo, dan lain-lain.
4. Try Out SMA/MA sederajat yang diadakan UKM-F Rumah Flm KPI tahun 2015-2017 di GSG dan Gedung Aul FEBI UIN Raden Intan Lampung.
5. Festival Film Islami (Bulan Ramadhan) tahun 2016 yang diadakan UM-F Rumah Film KPI di Rektorat UIN Raden Intan Lampung.
6. Stand Photo Wisuda yang diadakan UK-F Rumah Film KPI tahun 2015-2016 di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
7. Diksar, Diklat dan mubes UKM-F Rumah Film KPI tahun 2015-2019.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN (Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung)”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad saw. beserta keluarganya, sahabatnya, dan umatnya yang mengikuti ajarannya. Amin ya Rabbal ‘Alamin.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Sos.) di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah swt. sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.S.I, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung

2. Bapak Bambang Budiwiranto, M.Ag., MA (AS) Ph.d, dan Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos. I selaku ketua dan sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang penulis kenal sebagai sosok yang baik dan tegas.
3. Bapak Faisal, S.Ag.M.Ag selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini, yang dengan kesabaran dan dukungan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Bambang Budiwiranto, M.Ag, MA(AS), Ph.d selaku pembimbing II dalam skripsi ini, yang dengan kesabaran dan dukungan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen maupun karyawan seluruh civitas akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
6. Pimpinan dan seluruh staf Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung serta staf Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
7. Pemilik toko Acronics Bapak Muhammad Arif S dan ibu Nurrohmah Syahidah serta seluruh Karyawan yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian, serta memberikan pelayanan informasi dengan baik.
8. Keluarga Besar UKM-F Rumah Film KPI yang selalu memotivasi dan memberikan doa, khususnya anggota Rumah Film Kpi angkatan 2015 Silvia Khairinisa, Radina Ferzya, Zhafina Amalina, Ricky Febrian, Ihsan fatoni, Zakiy Ramadlan, M Ari, Probosutejo, M Azis, Agung Putra.

9. Sahabat-sahabat yang selalu mengingatkan dan memberi semangat agar saya tidak malas mengerjakan skripsi. Okta Hardianti, Hana Priliyani, Amelia Indriani, Reni anggarini, Yunita Sari, Nafia, desi rahma, dara okta dkk dan sekaliguas Sahabat-sahabat seperjuangan penulis khususnya KPI D angkatan 2015 jurusan komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Intan lampung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu
10. Sahabat-Sahabat KKN Della, Yogi, Depi, Maya, Loli, Gus ayu, Erlin, Rani, Mia, Rahfi, Yudi
11. Sahabat online selama penulis sekolah di Garut yang selalu Mendoakan dan memotivasi Silvi Rizki Maharani, Semoga suatu saat nanti kita dapat bertemu kembali.
12. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Akhir kata semoga Allah swt. Melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, serta segala sesuatu yang telah diberikan tercatat sebagai amal ibadah, dan mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan penulis khususnya.

Bandar Lampung, Mei 2019
Penulis,

Indri Wisma Anugrah
NPM : 1541010259

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| HALAMAN JUDUL | |
| ABSTRAK | |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | |
| HALAMAN PENGESAHAN | |
| MOTTO | |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | |
| RIWAYAT HIDUP | |
| KATA PENGANTAR..... | |
| DAFTAR LAMPIRAN | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Penegasan Judul..... | 1 |
| B. Alasan Memilih judul..... | 4 |
| C. Latar Belakang | 4 |
| D. Rumusan Masalah..... | 7 |
| E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian..... | 8 |
| F. Metode penelitian..... | 8 |
| G. Tinjauan Pustaka..... | 14 |
| BAB II STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN PERILAKU KEAGAMAAN | |
| A. Strategi Komunikasi Interpersonal. | 16 |
| 1. Pengertian Strategi Komunikasi..... | 16 |
| 2. Unsur-Unsur Komunikasi | 17 |
| 3. Tujuan Strategi Komunikasi | 18 |
| 4. Fungsi Strategi Komunikasi..... | 19 |
| 5. Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi | 23 |
| 6. Komunikasi Interpersonal | 27 |
| B. Perilaku Keagamaan | |
| 1. Pengertian perilaku keagamaan..... | 40 |
| 2. Macam-macam perilaku keagamaan | 42 |

| | |
|--------------------------|----|
| a. Pembinaan Ibadah..... | 42 |
| b. Pembinaan Aqidah..... | 43 |
| c. Pembinaan Akhlak..... | 44 |

BAB III GAMBARAN UMUM TOKO ACRONICS STATIONARY SUKARAME BANDAR LAMPUNG

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Toko Acronics Stationary | |
| 1. Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya | 51 |
| 2. Letak Geografis Toko | 53 |
| 3. Struktur Organisasi Toko Acronics Stationary Toko..... | 53 |
| 4. Jam kerja dan sistem pengupahan | 55 |
| B. Strategi Komunikasi Interpersonal pemilik Toko Acronis dalam Membentuk Prilaku Keagamaan..... | 56 |
| 1. Strategi Bidang Ibadah..... | 56 |
| 2. Strategi Bidang Keilmuan..... | 59 |
| 3. Startegi Bidang Manajemen Kerja..... | 60 |
| 4. Startegi Bidang Evaluasi kerja..... | 68 |

BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN

| | |
|--|----|
| A. Strategi Komunikasi Interpersonal..... | 68 |
| B. Bentuk Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membentuk Prilaku Keagamaan | 70 |
| 1. Perumusan strategi | 71 |
| 2. Implementasi Strategi | 71 |
| 3. Evaluasi Strategi. | 74 |
| C. Metode Komunikasi Interpersonal | 75 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 79 |
| B. Saran..... | 80 |

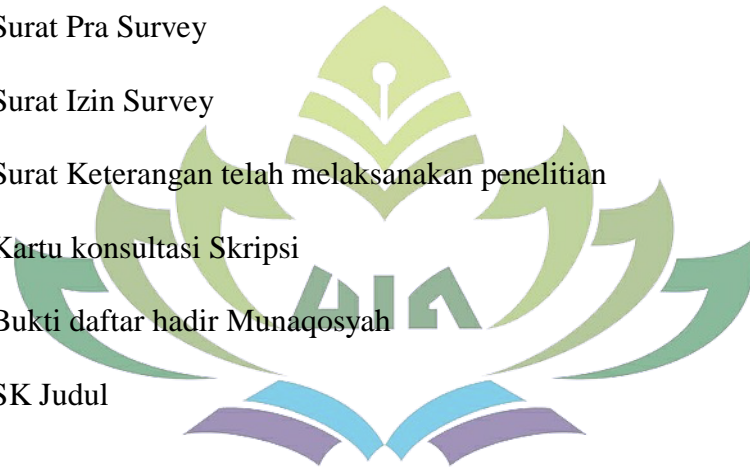
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Type equation here.

DAFTAR LAMPIRAN

- ☒ Pedoman Observasi
- ☒ Pedoman Dokumentasi
- ☒ Pedoman Interview
- ☒ Daftar Nama Sampel
- ☒ Surat Keputusan tentang perubahan judul skripsi
- ☒ Surat Pra Survey
- ☒ Surat Izin Survey
- ☒ Surat Keterangan telah melaksanakan penelitian
- ☒ Kartu konsultasi Skripsi
- ☒ Bukti daftar hadir Munasqosyah
- ☒ SK Judul



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan dari judul skripsi yang penulis teliti yaitu “**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN** (Studi Kasus Pada Pemilik dan Karyawan Toko Acronics Stationary Sukrame Bandar Lampung)” Maka guna menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan apa yang dimaksud dengan judul tersebut.

Strategi Menurut Anwar Arifin sebagai keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dilakukan guna mencapai suatu tujuan.¹ Sedangkan Menurut Hamel Prahalad Strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah.²

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu metode yang digunakan oleh pemilik toko dalam membentuk karakter karyawan untuk memiliki kepribadian yang baik, berakhlak mulia, penelitian ini mengarah kepada proses bagaimana pembinaan atasan terhadap karyawan tersebut.

¹Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah pengantar ringkas*, (Bandung:Armico,1982), h. 55

²Diakses dari <http://www.apapengertianahli.com/2014/12/pengertian-strategi-menurut-beberapa-ahli.html>, pada tanggal 21 januari 2018, pukul 12:10 tanggal 21 januari 2018, pukul 12:10 Wib

Komunikasi Interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.³

Pengertian lain komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi yaitu orang-orang yang bertemu secara bertatap muka dalam situasi sosial informal yang melakukan interaksi terfokus melalui pertukaran isyarat verbal dan nonverbal yang saling berbalasan.⁴

Kemudian yang dimaksud dengan komunikasi interpersonal dalam skripsi ini adalah sebuah metode penyampaian pesan antara pemilik toko dengan beberapa karyawan, maupun komunikasi terhadap sesama karyawan dan pelanggan menggunakan media ataupun secara tatap muka yang dapat diketahui timbal baliknya sebagai tujuan nya tersebut.

Perilaku merupakan sembarang respon yang mungkin berupa reaksi, tanggapan, jawaban, atau balasan yang dilakukan oleh organisme, secara khusus perilaku juga bisa berarti suatu perbuatan atau aktivitas.⁵

Perilaku yang penulis maksud dalam penelitian ini yaitu semua kegiatan dan aktifitas komunikasi yang ada di obyek penelitian di toko acronis baik pemilik, dan karyawan toko acronics stationary sukarama bandar lampung, dalam kehidupan sehari-hari khususnya saat berkerja.

Sedangkan keagamaan berasal dari kata agama yaitu dari bahasa latin *religion* yang berarti *obligation*/kewajiban. Agama dalam Ensiklopedia filsafat

³H. Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif Ragam & Aplikasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), h. 18

⁴ Edi Harahap, syarwani ahmad, *Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h.4

⁵Ramayulis, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2013), h.116

adalah kepercayaan kepada tuhan yang selalu hidup, yakni kepada jiwa dan kehendak ilahi yang mengatur alam semesta yang mempunyai moral dengan umat manusia.

Menurut Harun Nasution mengatakan bahwa agama berasal dari kata religi dan agama berasal dari bahasa Smith berarti undang-undang atau hukum. Sedangkan religi berasal dari bahasa latin, artinya mengumpulkan dan membaca. Adapun agama mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat, atau diwarisi secara turun temurun.⁶

Jadi perilaku keagamaan merupakan aktivitas manusia dalam kehidupan di dasarkan atas nilai-nilai keagamaan dalam rangka beribadah kepada Allah berdasarkan kesadaran dan pengalaman beragama pada diri sendiri, Keagamaan yang dimaksud dalam skripsi ini berkaitan dengan akhlak, ibadah, akidah yang ada di toko acronics stationary sukarama bandar lampung.

Berdasarkan penjelasan diatas maka yang penulis maksud dengan judul Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membentuk Prilaku Keagamaan adalah studi tentang metode yang digunakan oleh pemilik toko acronics stationary dalam membentuk perilaku keagamaan karyawan, dalam hal ini penulis ingin memfokuskan pada bagaimana pembentukan karakter perilaku keagamaan seperti akhlak, aqidah, dan ibadah.

⁶Rohmalina Wahab, *Psikologi Agama*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2015). h. 2

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih judul ini adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi sangat amatlah penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya berkaitan dengan bidang Usaha, komunikasi yang baik harus tetap terjaga terhadap pemilik dan karyawan toko acronics stationary, Komunikasi tidak hanya berisi pesan tetapi juga menekankan kepada aspek hubungan yang disebut dengan metakomunikasi yaitu Hubungan yang baik akan menumbuhkan modal bagi terbangunnya sebuah komunikasi interpersonal yang efektif.
2. Karena permasalahan tersebut sesuai dengan bidang akademis penulis yaitu jurusan komunikasi dan penyiaran Islam tentang Ilmu Komunikasi dalam kaitan nya penulis ingin melihat intraksi sosial antar karyawan Toko Acronics Stationary Sukrame Bandar Lampung.

C. Latar Belakang

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya baik sebagai individu maupun kelompok telah diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak Adam dan Hawa.⁷

Komunikasi berlangsung dalam kontak tatap muka (*face to face*) dimana pesan-pesan mengalir melalui saluran-saluran yang bersifat antar

⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.4

personal, seperti dalam percakapan antar orang perorang yang dikenal dengan sebagai komunikasi interpersonal.⁸

Sebagaimana yang penulis akan teliti pentingnya komunikasi yang baik guna terwujudnya visi dan misi toko acronics dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, tidak kalah penting komunikasi yang baik antar sesama karyawan maupun atasan atau pemilik toko.

Komunikasi interpersonal merupakan suatu proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang atau lebih secara tatap muka.⁹ Sedangkan menurut Wiranto dikatakan bahwa “komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih”.¹⁰

Komunikasi interpersonal terjadi apabila dua orang atau lebih saling berinteraksi seacara tatap muka untuk menyampaikan pesan baik itu pesan verbal maupun non verbal sehingga satu sama lain antara komunikator dan komunikan bisa saling memahami apa yang di sampaikan. Melalui komunikasi interpersonal seorang atasan yang menginginkan agar ada perubahan sikap dan perilaku keagamaan pada karyawan.

Bentuk komunikasi interpersonal dapat juga terjadi dalam dunia kerja yang melibatkan komunikasi antara pemilik dan karyawan seperti yang ada di toko acronics stationary, Komunikasi antara pemilik dan karyawan sangatlah penting dilakukan karena dibutuhkannya kemampun komunikasi interpersonal yang baik dalam tercapainya suatu tujuan, sehingga dapat berjalan dengan baik

⁸Miftahun Ni'mah Suseno, “*pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*”, Jurnal UNJ, Vol .17 N O.1 2012,h.18

⁹*Ibid*, h.32

¹⁰Wiranto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Gramedia Widia Sarana Indonesia, 2004), h.13

perlu memperhatikan strategi apa yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan agar efek yang dihasilkan sesuai dengan apa yang direncanakan.

Berdasarkan observasi penulis dilapangan ditemui adanya komunikasi yang kurang baik antar karyawan toko yang mengakibatkan intraksi yang kurang baik dan berdampak kepada pelayanan dan kondisi toko tidak nyaman bagi pelanggan. Maka dalam hal ini dibutuhkan Strategi komunikasi yang tepat guna terjalin-nya hubungan yang baik di toko acronics stationary,

Strategi komunikasi bisa dikatakan berhasil apabila adanya perubahan perilaku seseorang sesuai dengan tujuan yang diharapkan strategi komunikasi bisa berlangsung dalam dunia kerja.

Kemudian dalam bekerja terkadang bisa menyita banyak waktu untuk melakukan kegiatan pekerjaan, sampai manusia lupa akan perintah wajib yang harus mereka laksanakan seperti halnya ibadah. Maka penanaman nilai-nilai ibadah perlu diterapkan dalam bekerja. Seperti yang ada di toko acronics stationary sukarama bandar lampung.

Dimana pemilik toko memiliki aturan atau cara tersendiri untuk membentuk karyawan yang berakhlakul karimah. Dengan menanamkan nilai-nilai keagamaan pada karyawannya terutama nilai agama seperti akhlak, aqidah, dan juga ibadah.

Karena dengan menanamkan nilai-nilai tersebut terutama menanamkan nilai aqidah ke dalam hati karyawannya dapat menjadikan mereka sebagai karyawan yang selalu beriman kepada Allah SWT. Karena keyakinan kepada Allah merupakan perkara yang sangat esensial dan mendasar untuk membangun landasan bagi kehidupan selanjutnya.

Selain itu dengan memiliki akhlak yang baik juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam bekerja. Seperti dalam melayani konsumen dengan sopan dan ramah. Demikian juga dalam penanaman nilai-nilai ibadah terutama ibadah dalam melaksanakan sholat wajib lima waktu menjadi keharusan bagi seorang muslim, penggunaan hijab sesuai dengan syariat Islam, melaksanakan pengajian rutin setiap jum'at sore.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi tentang bagaimana komunikasi interpersonal karyawan dan strategi yang digunakan dalam membentuk perilaku keagamaan pada karyawan toko acronics stationary, Dengan hal tersebut peneliti mengangkat judul **“STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN (Studi kasus pada pemilik dan karyawan toko acronics stationary sukrame bandar lampung)”**

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas rumusan masalah yang penulis tentukan adalah sebagai berikut:

“Bagaimana Strategi Komunikasi Interpersonal dalam membentuk perilaku keagamaan karyawan Toko Acronics Stationary Sukrame Bandar Lampung”

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

“Penulis ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi interpersonal dalam membentuk perilaku keagamaan karyawan Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung”

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini diharapkan berguna dan dapat memberikan manfaat besar baik secara teoritis maupun praktis, tentang strategi komunikasi interpersonal khususnya bagi pemilik kepada karyawan dalam membentuk perilaku keagamaan..
- b. Agar dapat dijadikan sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian yang sama

F. Metode Penelitian

Metode berasal dari kata *methodos* (Yunani) yang dimaksud adalah cara atau menuju suatu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu objek atau objek penelitian sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.¹¹

Penelitian adalah usaha atau pekerjaan untuk mencari kembali yang dilakukan dengan suatu metode tertentu dan dengan cara hati-hati, sistematis, serta sempurna terhadap permasalahan, sehingga mampu digunakan untuk menyelesaikan atau menjawab problem..¹²

¹¹Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1998), cet. 3. h. 1

¹²Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta:2017), cet. 25, h. 3

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu sehingga diharapkan akan mencapai suatu tujuan yang dimaksud.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu “suatu penelitian yang dilakukan dalam kancan yang sebenarnya. Penelitian lapangan (*field research*) adalah kegiatan penelitian yang dilakukan dilingkungan tertentu, baik lembaga-lembaga atau organisasi kemasyarakatan maupun lembaga-lembaga kemasyarakatan.¹³

Dalam prosenya, penelitian ini mengangkat data dan permasalahan dilapangan secara langsung tentang berbagai hal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan dilakukan dengan cara sistematis dan mendalam. Adapun obyek yang dipilih adalah toko Acronis Stationary Sukarame Bandar Lampung.

b. Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati¹⁴

Dilihat dari sifatnya, maka penelitian ini termasuk kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam

¹³Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar maju, 1996), cet VII. H. 32

¹⁴Lexy Moleong J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2004), h. 3

penelitian ini adalah pendekatan penelitian deskriptif kualitatif artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari lapangan yang dikumpulkan menggunakan naskah wawancara dan catatan penelitian di lapangan.

Sehingga tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk menggambarkan realita empiris dibalik fenomena secara mendalam, rinci, dan tuntas.

2. Populasi dan Sampel Jenuh

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁵

Populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek lain. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan di toko acronics stationery yang terdiri dari 11 orang.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobability* sampling artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹⁶

¹⁵Sugiono, *Op.Cit.*, h.117

¹⁶Sugiono, *Op.Cit.*, h.122

Untuk lebih jelasnya penulis menggunakan jenis *sampling jenuh* yaitu teknik penentu sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.¹⁷ Karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 30 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada toko Acronics Stationary yaitu sebanyak 11 orang, dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran. Atau dapat diartikan juga, Pengamatan dengan menggunakan indra penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.¹⁸ Dalam menggunakan teknik ini peneliti harus mengandalkan pengamatan dan ingatannya, indra yang vital diperlukan adalah mata dan telinga. Untuk membantu kesuksesan menggunakan teknik ini diperlukan adanya catatan-catatan atau alat-alat elektronik seperti tustel atau tape recorder.

Dalam penelitian ini, teknik observasi yang dipakai adalah observasi partisipasi. Jadi observer terlibat aktivitas sosial secara langsung dalam objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada

¹⁷Sugiono, *Op.Cit.*, h.124

¹⁸Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 69.

responden dan jawaban-jawaban responden dijawab dan di rekam dengan alat (*tape recorder*).¹⁹

Devinisi lain wawancara adalah mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden.²⁰ Biasanya informan yang dipilih adalah orang yang memiliki pengalaman langsung tentang persoalan yang kita angkat, informan adalah orang yang dijadikan sasaran wawancara untuk mendapatkan keterangan dan data dari individu-individu tertentu untuk keperluan informasi.

Dalam hal ini penulis menggunakan interview bebas terpimpin yaitu penginterview membaca kerangka pertanyaan untuk disajikan dan irama interview sama sekali diserahkan kepada penginterview. Teknik ini memberikan kesempatan kepada responden untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan secara bebas dan mendalam dalam melakukan wawancara, perlu diingat bahwa pewawancara ingin mengetahui sikap dan pendapat responden. Ini berarti bahwa pewawancara harus bersikap netral dan tidak mengarahkan jawaban atau tanggapan responden. Pewawancara harus bertingkahtlaku (bersikap) sesuai dengan norma-norma yang berlaku.

b. Dokumentasi.

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.²¹ Data yang

¹⁹*Ibid*, h. 69

²⁰Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Surveil*, (Jakarta, Pustaka LP3ES Indonesia, IKAPI, 2008), h. 192.

²¹Husaini Usman & Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), h. 69.

dikumpulkan biasanya data sekunder, data yang didapatkan untuk menunjang data yang langsung didapat dari pihak pertama.

Dokumentasi dari penelitian ini mengambil berkas-berkas yang ada mengenai gambaran umum lingkungan dan gambar/foto yang diambil saat wawancara berlangsung untuk menunjang bukti bahwa penelitian ini memang dilakukan.

4. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer, yaitu data yang didapat dari hasil observasi langsung ke Toko Acronics Stationari Sukarama Bandar Lampung.
- b. Data sekunder, yaitu data yang didapat dari dokumen atau laporan Toko Acronics Stationari Sukarama Bandar Lampung.

5. Metode Analisa Data

Untuk memperoleh hasil yang benar dalam menganalisa data digunakan metode analisis kualitatif, hal ini mengingat data yang dihimpun bersifat kualitatif yaitu digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk diambil sebuah kesimpulan.²²

Dalam menarik kesimpulan akhir penulis menggunakan metode berfikir induktif, berfikir induktif yaitu berangkat dari kata-kata yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkrit kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.²³

²²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Suatu Pendekatan Dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h.132

²³Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1983), h.42

G. Tinjauan Pustaka

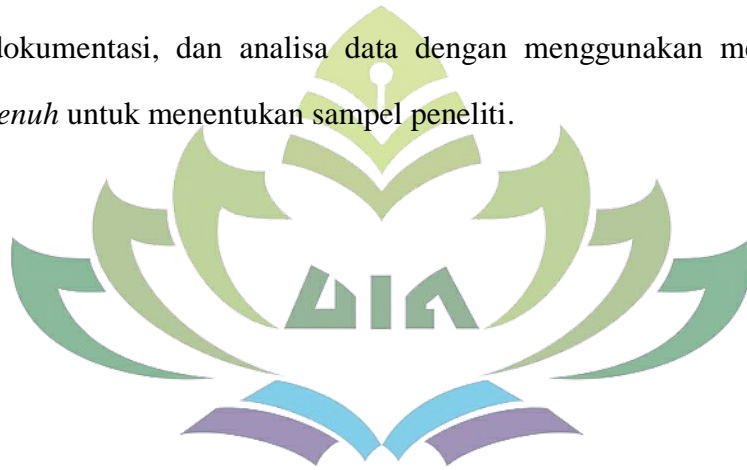
Sebelum melakukan penelitian ini terlebih dulu dilakukan tinjauan pustaka untuk mengetahui apakah penelitian dibidang yang sama sudah dilakukan penelitian atau belum sekaligus untuk menghindari penjiplakan dalam penelitian ini.

Setelah penulis melakukan tinjauan pustaka penulis menemukan skripsi dengan judul:

1. Komunikasi interpersonal orang tua dan anak dalam menanamkan nilai ibadah shalat di kelurahan labuhan ratu raya kecamatan kedaton bandar lampung, yang diteliti oleh Leni gustnti (1341010024) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung 2013. Dalam skripsi ini membahas tentang upaya yang dilakukan orang tua pada anak dalam menanamkan nilai ibadah shalat di kelurahan labuhan ratu.
2. Strategi dakwah majelis ta'lim rahmat hidayat dalam membina jama'ah di bandar lampung, yang diteliti oleh Dina Nur Atika (14410101169) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Dalam skripsi ini membahas tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh majelis ta'lim rahmat hidayat dalam membina jama'ah di bandar lampung.
3. Komunikas interpersonal antara orang tua single parent terhadap anak dalam pembinaan mental spiritual, yang diteliti oleh Muhamad Ilham (1341010054) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Dalam skripsi ini membahas tentang upaya orang tua single parent terhdap anak dalam pembinaan mental spiritual.

Berdasarkan skripsi diatas ini berbeda dengan isi skripsi yang penulis teliti, penulis mengambil judul skripsi “ **Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membentuk perilaku Keagamaan pada pemilik dan karyawan di Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung**”.

Skripsi ini membahas bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pemilik toko kepada karyawan dalam membentuk perilaku keagamaan. Skripsi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan mengumpulkan data lapangan dengan observasi, interview, dokumentasi, dan analisa data dengan menggunakan metode *sampling jenuh* untuk menentukan sampel peneliti.



BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN

A. Strategi dan Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.¹ Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.² Dari dua pengertian strategi komunikasi tersebut dapat ditarik benang merah bahwa yang dimaksud adalah suatu rancangan (*planing*) untuk mentransfer ide kreatif seseorang atau kelompok dalam mencapai suatu tujuan.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama, Strategi menjadi hal yang harus ada guna untuk mencapai suatu tujuan.

¹Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005. H. 8

² Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung:PT Alumni 1981), h.

2. Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh adanya unsur-unsur komunikasi. Secara rinci, unsur-unsur komunikasi terdiri atas sebagai berikut :

1. Sumber yang merupakan semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok.
2. Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.
3. Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
4. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.
5. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. Tanggapan balik adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima.
7. Lingkungan ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.³

³ Fadillah Fidyah Wati, Kemampuan Komunikasi Persuasif Pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah Jurnal Online Kinesik Vol. 4 No. 1 April 2017.

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau dapat diartikan pula sebagai proses tukar-menukar pendapat. Selain itu, komunikasi dapat juga diartikan sebagai hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.⁴

3. Tujuan Strategi Komunikasi

Ada empat tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut⁵:

- a. To Secure Understanding yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b. To Establish Acceptance, yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- c. To Motivate Action yaitu penggiat untuk memotivasinya.
- d. To Goals Which Communicator Sought To Achieve yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Selanjutnya, To Secure Understanding adalah telah tercapainya maksud dan tujuan dalam suatu komunikasi antara individu atau kelompok tertentu antara penyedia produk kepada konsumen. To Establish Acceptance yaitu suatu proses interaksi dari komunikasi yang berkelanjutan dan berkesinambungan. To Motivate Action yaitu suatu komunikasi yang bertujuan untuk memberikan motivasi. To Goals Which Communicator Sought To Achieve adalah tercapainya informasi, maksud dan tujuan dari komunikasi tersebut.

⁴ Widjaja H.A.W. 2002. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: PT. Bumi Aksara
h. 17

⁵ *Ibid*, h. 32

4. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi juga memiliki fungsi ganda sebagaimana dijelaskan oleh Effendy yaitu⁶:

- a. Menyampaikan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani “Culture gap” yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan operasional media yang begitu ampuh yang jika dibiarkan merusak nilai-nilai yang dibangun.

Adapun faktor-faktor penting tersebut sebagai berikut:

1) Mengenal khalayak

Langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif adalah dengan mengenal khalayaknya. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan tetapi juga saling mempengaruhi.

Dalam hal ini Schoenfeld mengemukakan klasifikasi khalayak sebagai berikut:

- a) Innovator atau menemui ide, yaitu orang-orang yang kaya akan ide baru dan karenanya mudah atau tukar menerima ide baru orang lain.
- b) Early Adopters atau orang-orang yang cepat bersedia untuk mencoba apa yang dianjurkan kepadanya
- c) Early Majority atau kelompok orang-orang yang mudah menerima ide-ide baru asal saja sudah diterima oleh orang banyak

⁶Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit.* h.32

- d) Majority kelompok dalam jumlah terbanyak yang menerima atau menolak ide baru, terbatas pada suatu daerah
- e) Non Adopters atau orang-orang yang tidak suka menerima ide baru dan mengatakan perubahan-perubahan atas pendapatnya yang semula.⁷

Maka dalam merumuskan strategi komunikasi selain di perlukan perumusan yang jelas juga harus memperhatikan kondisi dan situasi khalayak (komunikan)

2) Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi, syarat utama dalam memengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Dalam hal ini, Wilbur Schram mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut, sebagai berikut:

- a) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju
- b) Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga kedua pengertian itu bertemu.
- c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d) Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.⁸

⁷Ibid h. 66

⁸Ibid, h, 68

3) Menetapkan Metode

Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut bahwa yang pertama semata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari pada isi pesannya.

Oleh karena itu, yang pertama menurut cara pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode informative, persuasive, dan kursif.⁹

- a) Metode redundancy, adalah cara memengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan pada khalayak. Melalui metode ini, khalayak akan lebih memperhatikan pesan tersebut, khalayak tidak akan melupakan hal yang penting yang disampaikan berulang-ulang itu.
- b) Metode canalizing adalah memengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya kearah yang kita hendaki.
- c) Metode informatif adalah suatu bentuk isi pesan yang bertujuan memengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. \

⁹*Ibid*, h. 69

Metode informative ini lebih ditunjukkan pada pengguna akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

- d) Metode persuasive, yaitu memengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran dan perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (suggestivitas), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (suggestibilitas).
- e) Metode educative, sebagai salah satu usaha memengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman.

Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat di pertanggung jawabkan dari segi kebenarannya, dengan disengaja, teratur dan berencana dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan.

- f) Metode kursif, memengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan.

Metode ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, intimidasi-intimidasi. Untuk

pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya dibelakangnya berdiri kekuatan tangguh formal yang sifatnya mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu.

Menurut Middelton strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.¹⁰ Strategi komunikasi dimaksud adalah pendekatan yang terencana dilakukan oleh individu atau kelompok dalam menyampaikan suatu gagasan secara terencana.

Agar komunikator dapat berjalan secara efektif, komunikator perlu memahami sifat-sifat komunikasi dari pesan guna dapat menentukan jenis media yang akan diambil dan teknik komunikasi yang akan ditetapkan. Karena berhasil tidaknya suatu kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

5. Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi

Strategi tidak cukup hanya perumusan konsep dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan menurut Fred R. David, dalam strategi juga dibutuhkan evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan berhasil atau tidak. Dalam teori manajemen strategi milik David mengemukakan tiga tahapan strategi di antaranya:

¹⁰ Hafied Cangara, *Op. Cit.* h.61

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan tahapan pertama dalam strategi. Dalam tahap ini para pencipta, perumus, penkonsep harus berfikir matang mengenai rancangan, upaya dalam pembinaan agama kepada karyawan *acronic store*, menetapkan aturan, mengawasi atau memantau segala hal tindakan yang akan dilakukan oleh semua karyawan, serta menentukan sasaran yang tepat. Menghasilkan strategi cadangan dan memilih strategi yang akan dilaksanakan.

Dalam perumusan strategi berusaha menemukan masalah-masalah di dalam perusahaan. Setelah itu dilakukan analisis tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk keberhasilan menuju tujuan strategi tersebut.¹¹

Dalam tahap ini penulis memahami sebagai tahap pertama untuk memformulasikan sebuah perencanaan yang dimulai dengan melihat peluang serta bahaya yang berasal dari pengaruh luar, serta memaksimalkan tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan untuk visi dan misi bersama. Kemudian dihasilkan strategi-strategi untuk kemajuan perusahaan.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi, tahapan dimana setelah strategi dirumuskan yaitu pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. Pelaksanaan tersebut berupa penerapan atau aksi dari strategi.¹² Strategi

¹¹Fred R. David, *Manajemen Strategi dan Konsep*. (Jakarta: Prenhalindo, 2002), h. 3

¹²*Ibid*, h.3

yang di maksudkan adalah strategi yang telah direncanakan pada tahap pertama yaitu perumusan strategi.

Pada tahap ini penulis memahami merupakan tahap aksi yang membutuhkan komitmen serta kerjasama dari seluruh komponen organisasi took acronic store. Jika komitmen dan kerjasama tidak terjalin dengan baik maka kecil kemungkinan strategi terwujud. Sebab ujung tombak dari strategi adalah kepemimpinan perusahaan dan budaya perusahaan yang saling mendukung.

c. Evaluasi Strategi

Tahap yang terakhir ini merupakan tahapan yang diperlukan karena dalam tahap ini keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk penetapan tujuan berikutnya.¹³ Evaluasi menjadi tolak ukur berhasil atau tidak, sesuai atau tidaknya strategi yang telah diterapkan.

Maksudnya dalam tahap evaluasi dari strategi yang telah diaksikan ini adalah tahap yang sangat diperlukan, sebab di tahap ini bisa terlihat bagaimana strategi yang dijalankan telah benar atau masih butuh perbaikan. Misalnya, dari strategi yang direncanakan awal belum tentu pada saat penerapannya situasi serta kondisinya berjalan beriringan. Pasti akan ada suatu halangan yang menghambat meskipun tidak banyak.

Selain itu Fred R. David juga mengemukakan tiga macam dasar dalam mengevaluasi strategi, di antaranya adalah:

a. Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi.

Perbedaan yang ada akan menjadi penghalang dalam meraih tujuan yang

¹³ *Ibid*, h.3

diharapkan, begitu juga dengan faktor internal seperti aksi dari strategi yang tidak efektif dapat menghasilkan nilai akhir yang tidak sesuai dengan yang ingin diraih.¹⁴

Kemudian penulis memahami melakukan tinjauan terhadap faktor luar dan dalam yang menjadi landasan strategi penting dilakukan dalam salah satu tahap mengevaluasi strategi. Tinjauan dilakukan misalnya dengan melihat apa saja yang mempengaruhi berjalannya strategi seperti faktor internal.

Faktor internal dapat dilihat dari bagaimana gaya kepemimpinan perusahaan, dapat membuat pekerjaannya nyaman atau tidak yang pada akhirnya akan berpengaruh juga terhadap keberhasilan strategi. Selain itu contoh dari faktor eksternal sesuai dengan pemahaman penulis dapat diarahkan kepada para pesaing.

- b. Mengukur prestasi atau membandingkan hasil yang akan diharapkan dengan kenyataan.

Dalam proses ini dilakukan dengan mencari tahu tentang ketidaksesuaian dari rencana, melihat kembali prestasi diri dan memahami kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang dinyatakan.¹⁵ Maksudnya adalah untuk lebih sadar terhadap apa yang direncanakan dengan kenyataannya, apakah rencana akan mampu untuk dicapai atau hanya sekedar harapan. Mengukur prestasi diri apakah dirasakan mampu mencapainya atau tidak.

¹⁴*Ibid*, h. 3

¹⁵*Ibid*, h. 3

c. Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai rencana

a. Dalam proses ini tidak diperuntukkan mengubah strategi yang sudah direncanakan atau tidak lagi menggunakan strategi yang ada. Tindakan korektif ini dianjurkan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan.¹⁶

Sikap ini merupakan sikap pembetulan terhadap keganjalan-keganjalan yang terjadi. Sikap ini tidak perlu direalisasikan apabila strategi telah berjalan baik, melainkan sikap ini harus diambil ketika keganjalan itu terlihat. Tindakan korektif itu merupakan sikap peninjauan, pembetulan, pengecekan.

Jadi dari penjabaran di atas penulis memahami bahwa dasar-dasar dalam mengevaluasi strategi itu terbagi menjadi tiga, di antaranya penimbangan ulang terhadap faktor luar dan dalam yang menjadi dasar strategi, kemudian membandingkan hasil yang akan didapat ketika strategi terwujud dengan kenyataannya, dan yang terakhir melakukan pengoreksian untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.

6. Komunikasi Interpersonal

Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi interpersonal (antarpribadi) sebagai “proses pengiriman pesan-pesan antara dua orang atau lebih diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan umpan balik seketika”.¹⁷ Menurut Onong Uchjana Effendy umpan balik dalam komunikasi interpersonal dapat langsung diketahui karena

¹⁶*Ibid*, h. 3

¹⁷Edi Harahap, Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h.4

komunikasi dilakukan dengan tatap muka (face to face communcation) dan tanggapan komunikan segera diketahui.¹⁸

Pengertian ini sesuai dengan pendapat Hafied Cangara yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah suatu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.¹⁹

John Steward dan Gray D'Angelo memandang komunikasi antarpribadi berpusat pada kualitas komunikasi yang terjalin dari masing-masing pribadi. Partisipan berhubungan satu sama lain sebagai seorang pribadi yang memiliki keunikan, mampu memilih, berperasaan, bermanfaat, dan merefesikan dirinya sendiri daripada sebagai objek atau benda.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud komunikasi interpersonal (antarpribadi) adalah suatu proses komunikasi yang biasanya terjadi antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara tatap muka dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami untuk mempersusi orang lain agar dapat mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan.

a. Proses Komunikasi Interpersonal

Komunikasi sebagai proses pengoperan atau penyampaian pesan secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk proses yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Mengenai kedua proses komunikasi ini telah dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy sebagai berikut:

¹⁸Ibid h. 5

¹⁹Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung:CV. Remaja Rosdakarya, 1986), h.60

Proses komunikasi *secara primer* adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang disini berupa bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi *sekunder* adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.²⁰

Berkaitan dengan dua bentuk komunikasi diatas, maka komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk proses komunikasi primer, karena komunikasi interpersonal berlangsung secara face to face (tatap muka) dalam suatu percakapan dengan menggunakan bahasa lisan.

Secara sederhana proses komunikasi digambarkan sebagai proses yang menghubungkan pengirim dan penerima pesan. Proses tersebut terdiri dari enam langkah sebagai berikut:

- 1) Keinginan berkomunikasi
- 2) Encoding oleh komunikator
- 3) Pengirim pesan
- 4) Penerima pesan
- 5) Decoding oleh komunikan
- 6) Umpan balik.²¹

²⁰Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung:CV Remaja Rosdakarya, 1986), h.60

²¹Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h, 11

b. Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal

Secara teoritis komunikasi interpersonal di klasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yaitu:

1) Komunikasi Diadik (*dyadic communication*)

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara.²²

Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.

2) Komunikasi Kelompok Kecil (*small Group communication*)

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya.²³

Komunikasi kelompok kecil oleh banyak kalangan dinilai sebagai tipe komunikasi antarpribadi karena: *pertama*, anggota-anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka, *kedua* pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang

²² *Ibid* h. 9

²³ Hafied Cangara, *Op. Cit*, h. 36

sama, dengan kata lain tidak ada pembicara tunggal yang mendominasi situasi, *ketiga* sumber dan penerima sulit diidentifikasi.

Dalam situasi seperti ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Oleh karena itu, pengaruhnya bisa bermacam-macam, misalnya si A bisa terpengaruh dari si B, dan si C bisa memengaruhi si B. Proses komunikasi seperti ini biasanya banyak ditemukan dalam kelompok studi dan kelompok diskusi.

c. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Beberapa ciri khas yang dimiliki komunikasi antarpribadi yang menjadi pembeda dengan komunikasi massa adalah:

- 1) Arus pesan cenderung dua arah
- 2) Konteks komunikasi adalah tatap muka
- 3) Tingkat umpan balik yang tinggi atau cepat mengerti
- 4) Kecepatan untuk menjangkau sasaran yang lebih besar sangat lambat
- 5) Efek yang terjadi antara lain adalah perubahan sikap.²⁴

Melihat ciri-ciri diatas maka sangatlah jelas dengan komunikasi yang cenderung dua arah dan berlangsung secara tatap muka, maka komunikator dapat melihat langsung umpan balik yang diberikan komunikan. Hal ini juga memungkinkan terjadinya perubahan sikap secara cepat.

²⁴Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: Citra Aditya bakti, 1997), h. 13

d. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Terdapat berbagai tujuan dalam komunikasi interpersonal. Menurut Arni Muhammad tujuan komunikasi interpersonal tidak perlu disadari pada saat terjadinya pertemuan dan juga tidak perlu dinyatakan, tujuan ini boleh disadari dan boleh disengaja atau tidak disengaja. Diantara tujuan-tujuan itu sebagai berikut:²⁵

1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain

Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapat perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Melalui komunikasi antarpribadi kita juga belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain.

2) Mengetahui dunia luar

Komunikasi antarpribadi juga memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek, kejadian-kejadian dan orang lain. Banyak informasi yang kita miliki sekarang berasal dari interaksi antar pribadi.

²⁵Suranto Aw, *Op.Cit*, 46

3) Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna

Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain.

4) Mengubah sikap dan perilaku

Dalam komunikasi antarpribadi sering kita berupaya menggunakan sikap dan perilaku orang lain. Kita ingin seseorang memilih suatu cara tertentu. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu kita lebih sering membujuk melalui komunikasi interpersonal dari pada komunikasi secara media massa

5) Bermain dan mencari hiburan

Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan seperti bercerita dengan teman dan berakhir pekan yang bertujuan untuk memperoleh hiburan, sering kali tujuan ini dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan, karena bisa memberi suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan, dan sebagainya.

6) Membantu orang lain

Ahli-Ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Apakah profesional atau tidak profesional keberhasilan memberikan bantuan

tergantung kepada pengetahuan dan keterampilan komunikasi interpersonal.

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mencapai kedekatan dan kenyamanan dalam berkomunikasi sehingga dapat diterima oleh orang-orang lingkungan kita sehari-hari dan untuk keberhasilan pencapaian tujuan yang sudah ditargetkan.

e. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Menurut Alo Liliweri fungsi utama komunikasi antarpribadi terdiri atas fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan.

1) Fungsi sosial

Komunikasi antarpribadi secara otomatis memiliki fungsi sosial karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain, dalam keadaan demikian maka fungsi sosial komunikasi antarpribadi mengandung aspek-aspek:

- a) Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuhan biologis dan psikologis. Para psikologis memandang bahwa setiap orang secara alamiah merupakan makhluk sosial. Melalui komunikasi antarpribadi manusia berusaha mencari dan melengkapi kebutuhan hidupnya.
- b) Manusia berkomunikasi memenuhi kewajiban sosial
- c) Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.

d) Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri. Melalui komunikasi antarpribadi setiap orang mendapatkan penilaian dari orang lain.²⁶

2) Fungsi Pengambil Keputusan

Banyak dari keputusan yang sering diambil manusia dilakukan dengan berkomunikasi, karena mendengarkan pendapat, saran, pengalaman, pikiran, maupun perasaan orang.

Pengambil keputusan meliputi penggunaan informasi dan pengaruh kuat dari orang lain. Ada dua aspek fungsi pengambil keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi yaitu:²⁷

a) Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi

Informasi merupakan kunci dalam pengambilan keputusan efektif, banyak kegiatan komunikasi antarpribadi dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi.

b) Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain

Karena informasi sangat menentukan sukses tidaknya pengambilan keputusan, maka komunikasi awalnya bertujuan untuk mendapatkan kerjasama dan persetujuan dengan orang lain.

f. Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi interpersonal terjadi karena adanya pertukaran informasi dengan menggunakan lambang verbal maupun non verbal. Menurut Suranto Aw dalam proses komunikasi interpersonal terdapat

²⁶ H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), h.112

²⁷ Alo Liliweri, *Op. Cit.* H 27-29

komponen-komponen komunikasi yang secara integratif saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen itu sendiri.²⁸ komponen tersebut yaitu sebagai berikut:

1) Sumber/komunikator

Sumber/komunikator adalah orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Dalam komunikasi interpersonal komunikator adalah individu yang menciptakan, memformulasikan, dan menyampaikan pesan.

2) Encoding

Encoding merupakan suatu aktivitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non-verbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan.

3) Pesan

Pesan merupakan hasil dari encoding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non-verbal untuk disampaikan ke komunikan.

4) Saluran

Saluran merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang lain secara umum, penggunaan saluran atau media dilakukan semata-mata karena situasi dan kondisi yang tidak memungkinkan dilakukan komunikasi secara tatap muka. Prinsipnya sepanjang masih dimungkinkan untuk

²⁸Suranto Aw, *Op. Cit*, h.4

dilaksanakan komunikasi secara tatap muka, maka komunikasi interpersonal tatap muka akan lebih efektif.

5) Komunikan

Komunikan adalah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasikan pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan juga menginterpretasikan dan memberi umpan balik.

6) Decoding

Decoding merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah” berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah kedalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.

7) Respon

Respon yaitu apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif.

8) Gangguan

(noise)Noise dapat terjadi didalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi merupakan apasaja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerima pesan, termasuk yang bersifat fisik dan phisikis.

9) Konteks komunikasi

Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi ruang yaitu ruang, waktu dna nilai konteks

ruang menunjukan pada lingkungan kongkrit dan nyata tempat kejadian komunikasi.

Seperti ruangan, halaman dan jalanan. Konteks waktu menunjukan pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan, misalnya pagi, siang, sore, malam. Konteks nilai meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi, seperti adat istiadat, situasi rumah, norma sosial etika, tata krama dan sebagainya.²⁹

g. Bentuk-bentuk Komunikasi Interpersonal

Proses pengolahan informasi yang terjadi dalam komunikasi interpersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir

1) Sensasi

Sensasi merupakan tahap paling awal dalam penerimaan informasi. Sensasi berasal dari kata “*sense*”, artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Bila alat-alat indra mengubah informasi menjadi impuls-impuls saraf dengan bahasa yang dipahami oleh otak maka terjadilah proses sensasi.

Sedangkan menurut Wolman sensasi adalah pengalaman elemen yang segera yang tidak menimbulkan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra. Ketajaman sensasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor situasional saja tetapi juga ditentukan oleh faktor-faktor personal. Perbedaan sensasi dapat disebabkan oleh perbedaan pengalaman atau lingkungan budaya.

²⁹*Ibid*, h. 7- 9

2) Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsiran pesan. Persepsi merupakan pemberian makna pada stimulus indrawi (sensory stimulus).

Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas bahwa sensasi adalah bagian dari persepsi. Sedangkan menurut Devito persepsi adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

3) Memori

Memori adalah sistem yang sangat berstruktur yang menyebabkan organisme menyimpan merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya.

Secara singkat memori melalui tiga proses yaitu: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan. Perekaman (*encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indra. Penyimpanan (*storage*) menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita. Pemanggilan (*retrieval*) menggunakan informasi yang disimpan.

4) Berpikir

Proses memengaruhi penafsiran kita terhadap stimulus adalah berpikir. Dalam berpikir kita melihat semua proses yang kita sebut sebagai sensasi, persepsi dan memori. Berpikir melibatkan penggunaan lambang, visual atau grafis. Berpikir kita lakukan untuk memahami realitas dalam rangka pengambilan keputusan

(*decisionmaking*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan yang baru (*creativity*). Memahami realita berarti menarik kesimpulan, meneliti berbagai kemungkinan berbagai penjelasan dari realita eksternal dan internal.³⁰

B. Perilaku Keagamaan

1. Pengertian perilaku keagamaan

Perilaku merupakan seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini. Perilaku manusia pada dasarnya terdiri dari komponen pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan keterampilan (psikomotor), atau tindakan. Dalam konteks ini maka setiap perbuatan seseorang dalam merespon sesuatu pastilah terkonseptualisasikan dari setiap ranah ini. Perbuatan seseorang atau respon seseorang terhadap rangsang yang datang didasari oleh seberapa jauh pengetahuannya terhadap rangsang tersebut, dan berapa besar keterampilan dalam melaksanakan atau melakukan perbuatan yang diharapkan.³¹

Menurut Alport perilaku merupakan hasil belajar yang diperoleh melalui pengalaman dan interaksi yang terus menerus dengan lingkungan.³²

Seringnya dalam lingkup lingkungan, akan menjadi seseorang untuk dapat menentukan sikap karena disadari atau tidak, perilaku tersebut tercipta karena pengalaman yang di alaminya . Sikap juga merupakan penafsiran

³⁰Syaiful Rohim, *Op.Cit*, h.68-79

³¹Tamyiz Burhannudin, *Akhlak Pesantren solusi bagi Kerusakan Akhlak*, (Yogyakarta: Ittiqa Press, 2001), h.57

³²Purwadaminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Terbaru*, (Surabaya: Amalia Surabaya, 2003), 302

dan tingkah laku yang mungkin menjadi indikator yang sempurna atau bahkan tidak memadai.

Dengan demikian perilaku merupakan suatu perbuatan, tindakan serta reaksi seseorang terhadap sesuatu yang dilakukan, di dengar dan dilihat perilaku ini lahir berdasarkan perubahan maupun perkataan.

Sedangkan kata keagamaan berasal dari kata dasar agama yang berarti sistem, prinsip kepercayaan kepada Tuhan dengan ajaran kebajikan dan kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu. Kata keagamaan itu sudah mendapat awalan “ke” dan akhiran “an” yang mempunyai arti sesuatu (segala tindakan) yang berhubungan dengan agama.³³

Sedangkan Mursal dan H.M. Taher berpendapat perilaku keagamaan adalah tingkah laku yang didasarkan atas kesadaran tentang adanya Tuhan yang Maha Esa, semisal aktifitas keagamaan seperti shalat, zakat, puasa dan sebagainya. Perilaku keagamaan bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual saja, tetapi juga ketika melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural, bukan hanya yang berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktifitas yang tidak tampak yang terjadi dalam seseorang.³⁴

Zakiah Daradjat mengatakan bahwa perilaku keagamaan merupakan perolehan bukan pembawaan. Terbentuknya melalui pengalaman langsung yang terjadi dalam hubungannya dengan unsur-unsur lingkungan material dan sosial. Walaupun sikap terbentuknya melalui lingkungan, namun faktor individu ikut juga menentukan.³⁵

Jadi dapat disimpulkan bahwa, perilaku keagamaan adalah bentuk atau ekspresi jiwa dalam berbuat, berbicara sesuai dengan ajaran agama.

³³W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1991), h.569

³⁴Mursal dan H.M.Taher, *kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan* (Bandung: Al-ma'arif, 1980), h.121

³⁵Rohmalina Wahab, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), h.161

Definisi tersebut menunjukkan bahwa pada dasarnya perilaku keagamaan adalah suatu perbuatan seseorang baik dalam tingkah laku maupun dalam berbicara yang didasarkan pada petunjuk agama.

2. Macam-macam Perilaku Keagamaan

Dalam kehidupan sehari-hari manusia senantiasa melakukan aktifitas-aktifitas kehidupannya atau dalam arti melakukan tindakan baik itu erat hubungannya dengan dirinya sendiri ataupun berkaitan dengan orang lain yang biasa dikenal dengan proses komunikasi baik itu berupa komunikasi verbal atau perilaku nyata, akan tetapi di dalam melakukan perilakunya mereka senantiasa berbeda-beda antara satu dengan lainnya hal ini disebabkan karena motivasi yang melatarbelakangi berbeda-beda.

Pandangan Islam mengenai pembentukan perilaku keagamaan memiliki fungsi, kedudukan, dan peranan yang sangat penting. Allah menciptakan manusia di muka bumi ini adalah untuk beribadah dalam arti luas yaitu ibadah yang mencakup seluruh aspek baik yang bersifat jasmani, rohani, akhlak, amal saleh, dan lain sebagainya.³⁶

Adapun macam-macam pembentukan perilaku keagamaan sebagai berikut.

a. Pembinaan Ibadah

Secara harafiah ibadah berarti bakti manusia kepada Allah Swt.

Karena didorong dan dibangkitkan oleh akidah atau tauhid.³⁷ Menurut Majelis Tarjih Muhammadiyah, ibadah adalah “upaya mendekatkan diri

³⁶TB, Aat Syafaat, *Peranan Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h.156

³⁷Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), cet.6, h. 82

kepada Allah dengan menaati segala perintah-Nya, menjauhi larangan-Nya, dan mengamalkan segala yang diizinkan-Nya.³⁸

Ibadah dibedakan menjadi dua bagian yaitu ibadah umum dan ibadah khusus. Ibadah umum adalah sesuatu yang diizinkan Allah, sedangkan ibadah khusus adalah segala sesuatu yang telah ditetapkan Allah lengkap dengan segala rinciannya, tingkat dan cara-cara tertentu. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Dzariyat ayat 56 yang berbunyi:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: *Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.*

b. Pembinaan Aqidah

Aqidah menurut istilah adalah urusan-urusan yang harus dibenarkan oleh hati dan diterima dengan rasa puas serta terhujaat kuat dari lubuk jiwa yang tidak dapat digoncangkan oleh keraguan.³⁹ Aqidah merupakan dasar-dasar pokok kepercayaan atau keyakinan hati seorang muslim yang bersumber dari ajaran Islam yang wajib dipegang oleh setiap muslim sebagai sumber keyakinan yang mengikat.

Adapun tentang pembinaan aqidah tertuang dalam Al-Qur'an Surat Al-ikhlas ayat 1-4:

³⁸Ibid

³⁹A Mustofa, *Akhlak Tasawuf*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), h. 11

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ۝ اللَّهُ الصَّمَدُ ۝ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ۝ وَلَمْ يَكُن لَّهُ
كُفُوًا أَحَدٌ ۝

Artinya: *Katakanlah: "Dia-lah Allah, yang Maha Esa. Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu. Dia tiada beranak dan tidak pula diperanakkan, Dan tidak ada seorangpun yang setara dengan Dia."*

Yusran Asmuni, mengatakan bahwa “akidah (tauhid) tidak sekedar diketahui dan memiliki seseorang, tetapi lebih dari itu, ia harus dihayati dengan baik dan benar, apabila ia telah dimiliki, dimengerti, dan dihayati dengan baik dan benar kesadaran seseorang akan tugas dan kewajiban sebagai hamba Allah akan muncul sendirinya.⁴⁰

c. Pembinaan Akhlak

Keutamaan akhlak dan perilaku merupakan salah satu buah dari keimanan yang meresap ke dalam kehidupan beragama. Menurut M Ali dkk mengartikan akhlak sebagai kualitas dari tingkah laku, ucapan dan sikap seseorang yang mempunyai nilai tinggi ataupun rendah, yang dilakukan secara lahir maupun batin.⁴¹

Baik buruknya akhlak seseorang menjadi salah satu syarat sempurna atau tidaknya keimanan orang tersebut. Karena, seseorang dikatakan sempurna imannya jikalau akhlaknya sudah baik, antara ucapan dan perbuatannya telah sesuai dengan tuntunan yang diajarkan Agama.

⁴⁰Yusran Asmuni, *Ilmu Tauhid*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2000), cet,4, h.5

⁴¹M Ali Hasan dkk, *Aqidah Akhlak*, (Semarang: Toha Putra, 1996), h. 18

1) Tujuan Pembinaan Akhlak

Menurut Prof, Dr. Omar Muhammad Al Toumy tujuan pembinaan akhlak adalah “menciptakan kebahagiaan dunia dan akhirat, kesempurnaan jiwa bagi individu dan menciptakan kebahagiaan, kemajuan, kekuatan serta kebutuhan bagi masyarakat.”⁴²

Apabila umat muslim memiliki akhlak yang baik maka dijamin hidupnya akan bahagia dan tentram dunia akhirat. Oleh karena itu pembinaan akhlak perlu dilakukan kepada seseorang agar memiliki sifat dan perilaku yang santun sehingga memberikan dampak positif dalam kehidupan beragama dan kehidupan dalam masyarakat.

2) Bentuk Pembinaan Akhlak

Usaha-usaha pembinaan akhlak melalui berbagai macam metode dan berbagai macam lembaga pendidikan terus dikembangkan. Muhammad Athiyah al-Abrasyi mengatakan bahwa pendidikan budi pekerti dan akhlak adalah jiwa dan tujuan Islam.⁴³ Ada juga yang berpendapat bahwa akhlak adalah hasil dari pendidikan. Latihan, pembinaan, perjuangan keras dan sungguh-sungguh.⁴⁴

Dari beberapa pendapat diatas bahwa akhlak memang perlu dibentuk dan dibina, dan pembinaan ternyata membawa hasil berupa terbentuknya pribadi-pribadi muslim yang berakhlak mulia, taat kepada Allah dan Rasul, sayang kepada sesama makhluk Tuhan dan

⁴²Omar Muhammad Al Toumy, Hasan Langgulung (penerjemah) *Falsafah Pendidikan Islam*, (Jakarta:PT Bulan Bintang, 1979), h.428

⁴³Muhammad Athiyah al-Abrasyi, *Dasar-dasar Pokok Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 194), h.15

⁴⁴Imam al-Qhazali, *Ihya' Ulum al-din*, (Beirut: Dar al-fikr), h.90

sebagainya, Jadi akhlak sesungguhnya dapat di bentuk dengan usaha-usaha melalui sarana pendidikan dan pembinaan yang terprogram dengan baik dan dilaksanakan dengan konsisten.

3) Materi Pembinaan Akhlak

Menurut Quraish Shihab, materi pembinaan akhlak sama dengan materi ajaran Islam khususnya yang berkaitan dengan pola hubungan, yaitu “hubungan dengan Allah, sesama manusia, dan alam sekitar lingkungan (hewan, tumbuhan, dan benda-benda senyawa lainnya)”.⁴⁵

Berikut penjelasan amteri-materi tersebut:

a) Akhlak Terhadap Allah

Akhlak merupakan sikap yang melekat pada diri manusia, sehingga manusia dapat melakukannya tanpa berfikir (spontan). Setiap muslim meyakini bahwa Allah adalah sumber segala sumber dalam kehidupannya. Akhlak terhadap Allah merupakan pondasi atau dasar dalam berakhlak siapapun dimuka bumi ini.

Berkenaan Akhlak kepada Allah dilakukan dengan cara memuji-Nya, yakni menjadikan Tuhan sebagai satu-satunya yang menguasai dirinya. Oleh sebab itu, manusia sebagai hamba Allah mempunyai cara-cara yang tepat untuk mendekatkan diri. Caranya yaitu dengan mentauhidkan Allah, bertaqwa kepada Allah, beribadah kepada Allah, membaca Al-Qur'an dan Tawakal.⁴⁶

b) Akhlak terhadap manusia

⁴⁵Quraiish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, (Bandung: Mirzan, 1996), h. 261

⁴⁶Yatimul Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2007),

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat melangsungkan hidupnya sendirian, setiap manusia akan saling membutuhkan. Banyak rincian yang dikemukakan Al-Qur'an berkaitan dengan perlakuan terhadap sesama manusia.

Petunjuk mengenai akhlak terhadap sesama manusia bukan hanya dalam bentuk larangan melakukan hal-hal negatif seperti membunuh, menyakitkan badan, atau mengambil harta tanpa alasan yang benar, melainkan juga menyakiti hati dengan jalan menceritakan aib orang lain di belakangnya, tidak peduli aib itu benar atau salah.⁴⁷

Sesama manusia hendaknya harus saling menghormati dan menghargai satu sama lain jangan sampai terjadi perselisihan antar manusia karena tingkah laku yang menyinggung orang lain. Jika setiap manusia bersama-sama saling untuk menghormati dan menghargai, maka akan terjadi sebuah kehidupan yang harmonis tanpa adanya perselisihan.

c) Akhlak terhadap Lingkungan

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang disekitar manusia, baik binatang, tumbuh-tumbuhan, maupun benda-benda tak bernyawa. Manusia diciptakan oleh Allah SWT sebagai khalifah di muka bumi ini, termasuk lingkungan yang ada di bumi

⁴⁷Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h.128

kita. Segala sesuatu fenomena lingkungan yang terjadi berkaitan dengan apa yang dilakukan oleh manusia.

Binatang, tumbuh-tumbuhan dan benda-benda tak bernyawa semuanya diciptakan oleh Allah SWT, menjadi milik-Nya, serta semuanya memiliki ketergantungan kepada-Nya. Keyakinan ini mengantrakan seorang muslim untuk menyadari bahwa semuanya adalah umat Tuhan ynag harus diperlukan secara wajar dan baik.

Alam dengan segala isinya telah ditundukan Tuhan kepada Manusia sehinga dengan mudah manusia memanfaatkannya. Jika demikian, manusia tidak mencari kemenangan, tetapi keselarasan dengan alam. Keduany tunduk kepada Allah, sehingga mereka harus dapat bersahabat.⁴⁸

Dengn usia bumi yang semakin tu ini dan pertumbuhan jumlah manusia yang semakin meningkat tentu akan berdampak pada daya tampung lingkungan. Jadi yang harus kita lakukan sebagai khalifah di muka bumi yaitu dengan bersama-sama menjaga bumi agar dapat diwariskan kepada anak cucu di kemudian hari sehingga bermanfaat dalam kelangsungan hidup manusia.

4) Metode Pembinaan Akhlak

Imam Al-Ghazali mengatakan bahwa kepribadian manusia itu pada dasarnya dapat menerima segala usaha pembentukan melalui pembiasaan. Jika manusia membiasakan berbuat jahat, maka ia akan menjadi orang jahat. Untuk itu Al-Ghazali menganjurkan agar akhlak

⁴⁸*Ibid.* h. 130

diajarkan, yaitu dengan cara melatih jiwa kepada pekerjaan atau tingkah laku yang mulia . jika seseorang menghendaki agar ia menjadi pemurah, maka ia harus dibiasakan dirinya melakukan pekerjaan yang bersifat pemurah, hingga murah hati dan murah tangan itu menjadi bi'atnya yang mendarah daging.⁴⁹

Banyak sekali metode-metode dalam usaha pembinaan akhlak. Menurut seorang tokoh pemikiran Islam, Al-ghozali berpendapat pembinaan akhlak dapat dilakukan melalui beberapa metode, yaitu : keteladanan, pembiasaan, dan nasihat dalam rangka pembentukan akhlak Islam pada peserta didik.⁵⁰

Metode pembinaan akhlak menurut Islam dapat dilakukan melalui beberapa cara, antara lain:

a) Metode Keteladanan (Uswah)

Teladan merupakan sesuatu yang pantas untuk diikuti, karena mengandung nilai-nilai kemanusiaan. Orang tua dan guru yang biasa memberikan keteladanan mengenai perilaku baik, maka biasanya akan ditiru oleh anak muridnya dalam mengembangkan pola perilaku mereka.⁵¹

b) Metode Pembiasaan (Ta'wid)

Pembiasaan merupakan sebuah proses pembentukan kepribadian secara berulang-ulang dalam kehidupan sehari-hari.

⁴⁹Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h.141

⁵⁰Zainuddin, dkk, *Seluk Beluk Pendidikan dari Al-Ghazali*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h.106

⁵¹Abdul Mustaqim, *Akhlaq Tasawuf: jalan menuju revolusi spiritual*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007), h. 9

Proses ini berjalan sampai pada akhirnya tercipta sebuah kebiasaan.⁵²

c) Metode Mau'izah (Nasehat)

Melalui metode nasihat, seorang guru dapat mengarahkan peserta didiknya, nasihat disini dapat berupa sebuah tausiyah atau dalam bentuk teguran. Aplikasi metode nasehat diantaranya adalah nasehat dengan argumen logika, nasehat tentang amal ma'ruf nahi munkar, amal ibadah, dan lain-lain.

d) Metode Qishsah (cerita)

Metode ini efektif digunakan dalam pembinaan akhlak. Dimana seorang guru dapat menceritakan kisah-kisah terdahulu. Dalam pendidikan Islam, cerita yang diangkat bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, dan juga berkaitan dengan aplikasi berperilaku orang muslim dalam kehidupan sehari-hari.

Metode kisah mempunyai beberapa keistimewaan yang membuatnya mempunyai dampak psikologis dan edukatif yang sempurna selain perasaan dan vitalitas serta aktivitas di dalam jiwa, yang kemudian memotivasi manusia untuk berperilakunya dan memperbarui tekadnya dengan mengambil pelajaran dari kisah tersebut.⁵³

⁵²Ibid. H.11

⁵³Abdurrahman an-Nahlawi, *Prinsip-prinsip dan Metoda Pendidikan Agama Islam: dalam keluarga, disekolah dan dimasyarakat*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), h. 332

BAB III
KOMUNIKASI INTERPERSONAL TOKO ACRONICS
SUKARAME BANDAR LAMPUNG

A. Gambaran Toko Acronis

1. Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya

Toko acronics berdiri pada tahun 2010 dengan pendiri yaitu bapak M Arif S dan ibu Nurrohmah S yang awalnya berlokasi di Jl. Arif Rahman hakim, acronics sendiri singkatan dari Accessories Electronic and Electrics. Awalnya toko ini hanya menjual electronic saja, toko ini merupakan Produsen serta Supplier dan menerima pesanan grosir & eceran.¹

Kemudian tahun 2011 kami membeli ruko di Jl Pulau Pisang Sukarame Bandar Lampung, jadi sewa toko di Jl Arif Rahman Hakim tidak kami perpanjang. Kemudian toko Acronic Stationary dan Home Center mulai didirikan pada tahun 2011 di Jalan Pulau Pisang Sukarame Bandar Lampung. Tepatnya depan kampus IAIN Raden Intan Lampung yang sekarang berubah menjadi UIN Raden Intan Lampung.

Seiring dengan berjalannya waktu, kami melihat target pasar yang berbeda, disini lingkungannya mahasiswa banyak yang mencari alat tulis, rental komputer dan fotocopy, dengan modal yang terbatas akhirnya sedikit demi sedikit kami sediakan alat tulis lalu rental komputer, dan ditahun berikutnya kami membeli sebuah mesin foto copy.

¹Dokumentasi Sejarah Toko, pada tanggal 3 Mei 2019

Selanjutnya pada tahun 2013 toko samping dijual, kemudian kami membelinya toko tersebut dan dijadikan menjadi satu toko. Saat itu kami mulai pasang Internet dan mulai berjualan baju dan jilbab. Tahun 2014 kami membeli mesin foto copy lagi dan melengkapi barang-barang lainnya yang dibutuhkan oleh mahasiswa.

Pada saat itu toko acronics belum mempunyai karyawan dan masih diurus oleh pemilik toko. Karena toko semakin ramai akhirnya pemilik memutuskan untuk mencari karyawan dan sampai pada saat ini toko acronics stationary sudah mempunyai 10 karyawan. Toko acronis stationary saat ini sudah mempunyai cabang yaitu toko ke 2 yang beralamatkan di Jl Pulau Legundi Sukarame Bandar Lampung. Barang-barang yang dijual di toko ke 2 ini sama seperti barang-barang yang ada pada toko pertama. Karena perkembangan zaman yang semakin modern dan banyaknya kebutuhan mahasiswa yang ingin dibeli akhirnya kami sampai saat ini masih melengkapi barang-barang yang dibutuhkan.

VISI : Acronic Store solusi berbelanja untuk kita semua

MISI : Memberikan pelayanan, kemudahan dan kepuasan konsumen dalam berbelanja, Menjadikan harapan konsumen menjadi kenyataan

MOTO : Belanja Mudah, Belanja Murah, Belanja Meriah, Insya Allah Berkah

Produk Acronic Store menyediakan berbagai kebutuhan perlengkapan kantor khususnya mahasiswa, berdasarkan data dilapangan penulis mengamati bahwa ada beberapa barang yang dijual di toko acronics sebagai berikut:²

²Dokumentasi Penulis Pada tanggal 3 Mei 2019

- a. Stationary (Alat Tulis Kantor)
- b. Fashion (Gamis, Jilbab, Kaos kaki, manset dll)
- c. Aksesoris dan Kerajinan
- d. Perangkat Elektronik
- e. Tools dan Perkakas
- f. Jasa rental komputer, foto copy, laminating, dan penjiliddan Map.

Berkaitan dengan alamat toko Acronics Stationery & Home Center,
 Jl. Pulau Pisang Harapan Jaya, Sukarame Kota Bandar Lampung, Lampung,
 Indonesien -5.3778172105.3030636 CONTAC Temail
[:acronic.app@gmail.com](mailto:acronic.app@gmail.com) Phone : 085221259403.³

2. Letak Geografis Toko

- a. Sebelah kanan Toko Latanza.com Sukarame Bandar Lampung
- b. Sebelah kiri Toko Percetakan Sani Skripsi Sukarame Bandar Lampung
- c. Sebelah kanan jalan dari gerbang UIN Raden Intan Lampung Sukarame Bandar Lampung
- d. Dekat dengan mushola Al-Mubarak Sukarame Bandar Lampung.⁴

3. Struktur Organisasi Toko Acronics Stationary

Struktur Organisasi merupakan gambaran umum secara sistematis mengenai hubungan dan kerjasama sekelompok orang dalam usaha mencapai tujuan bersama. Dengan adanya struktur organisasi akan diketahui tingkat kekuasaan seseorang, wewenang, dan tanggung jawab karyawan. Semua kegiatan dalam perusahaan atau organisasi melibatkan banyak orang yang membutuhkan satu hubungan yang jelas.

³Observasi Penulis Pada tanggal 8 Mei 2019

⁴Dokumentasi pada tanggal 11 Mei 2019

Semakin banyak kegiatan yang dilaksanakan dalam perusahaan, maka semakin kompleks pula hubungan yang ada. Oleh karena itu perlu diperhatikan suatu bagian organisasi untuk menggambarkan hubungan masing-masing yang ada dan fungsi dalam suatu organisasi.

a. Pimpinan

Wewenang dan tanggung jawab pimpinan di Toko Acronics Stationery adalah sebagai berikut:

- 1) Memimpin, merencanakan, dan mengendalikan perusahaan (Toko Acronics Stationary)
- 2) Turun langsung untuk membeli barang atau produk yang diperlukan.
- 3) Bertanggung jawab atas laporan pelaksanaan tugas dari bawahannya masing-masing bagian.
- 4) Membuat keputusan untuk kemajuan perusahaan.
- 5) Menjalin hubungan baik antara sesama rekan bisnis.⁵

b. Manager Toko

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Memastikan seluruh kegiatan toko berjalan dengan baik dan melaporkan ke pemilik toko.
- 2) Laporan pengadaan barang jika barang habis.
- 3) Mengawasi pegawai atau menegur pegawai yang bekerja tidak sesuai dengan SOP dan memberi arahan jika ada yang belum paham.
- 4) Mendata atau mengingatkan agar seluruh karyawan yang hadir wajib absen dll.⁶

⁵ Dokumentasi penulis di toko Acronics Stationary pada tanggal 03 Mei 2019

⁶ Dokumentasi penulis di toko Acronics Stationary pada tanggal 03 Mei 2019

c. Karyawan Toko

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Melayani konsumen yang berbelanja serta membantu konsumen menemukan produk yang dibutuhkan.
- 2) Mencatat setiap barang yang di terjual dan mencatat pendapatan toko setiap harinya.⁷

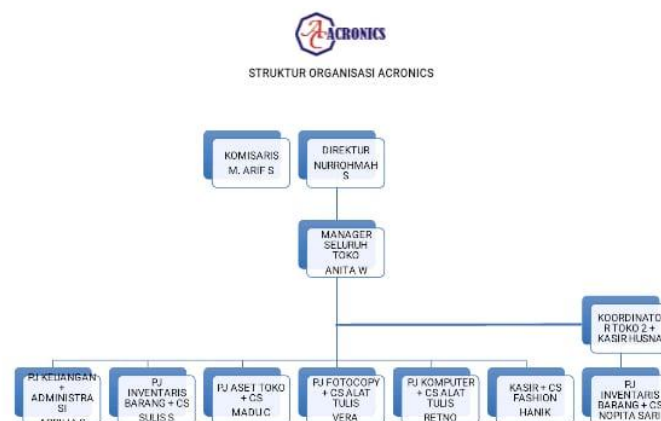
4. Jam Kerja Dan Sistem Pengupahan

a. Jam kerja

Dalam menjalankan roda kegiatan perusahaan Toko Acronics Stationary mengadakan kebijakan waktu kerja. Dimana beroperasi kerja setiap hari mulai pukul 07.00 pagi sampai dengan 16.00 wib⁸

b. Sistem pengupahan

Adapun sistem pengupahan yang diterapkan oleh Toko Acronics Stationary adalah dengan sistem upah bulanan yang ditambah dengan upah harian, THR, dan bonus akhir tahun bagi seluruh karyawan.⁹



Gambar 3. 1
Struktur Organisasi¹⁰

⁷ Dokumentasi penulis di toko Acronics Stationary pada tanggal 03 Mei 2019

⁸ Dokumentasi penulis di toko Acronics Stationary pada tanggal 03 Mei 2019

⁹ Dokumentasi penulis di toko Acronics Stationary pada tanggal 03 Mei 2019

¹⁰ Dokumentasi, Struktur Organisasi Toko Acronics Stationary, pada tanggal 3 Mei 2019

B. Strategi Komunikasi Interpersonal pemilik Toko Aracronis dalam Membentuk Prilaku Keagamaan

Berdasarkan hasil penelitian penulis di Toko Acronic Store. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membentuk Prilaku Keagamaan, Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sesuai dengan apa yang penulis uraikan sebelumnya pada bab pendahuluan.

Wawancara dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini, wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan pemilik dan Karyawan Toko Acronic Store.

Observasi yang penulis lakukan di Toko Acronic Store dengan mengamati secara langsung aktivitas Kegiatan karyawan Toko Acronic Store. Serta mengamati sikap karyawan dalam berkomunikasi baik kepada sesama karyawan maupun kepada pelanggan toko.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara penulis dengan pemilik Toko Acronic Store, penulis menemukan beberapa Strategi Komunikasi Interpersonal dalam menjalin hubungan yang baik kepada karyawan, dalam hal ini penulis membagi 4 Bidang yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Bidang Ibadah

Kegiatan ibadah karyawan ditoko menjadi hal penting bagi setiap karyawan, ibadah juga menjadi hal pokok yang harus diperhatikan bagi toko Acronic Store, ini dibuktikan-nya dengan peraturan dalam menjalankan ibadah sehari-hari karyawan.

Pemilik toko ibu Nurrohmah S. Beliau menjelaskan bahwasanya beberapa kegiatan ibadah menjadi hal penting untuk ditunaikan, ini sebagai wujud ketaatan kepada Allah sebagai orang muslim dan peraturan Toko, seperti Sholat Lima Waktu, Tadarrus Al-Qur'an dan kegiatan ibadah lainnya.¹¹

Kegiatan ibadah sebagai wujud pembentukan perilaku keagamaan di toko Acronic Store ini menjadi bagian hal yang wajib dipatuhi, Pemilik menekankan peraturan bahwa ibadah wajib dilaksanakan tepat pada waktunya sebagai wujud ketaatan kepada Allah swt.

Hal ini disampaikan oleh sdr/i Aprilia selaku karyawan toko bahwa:

“Saat waktu sholat kami sementara akan menutup toko terlebih dahulu untuk menunaikan sholat sekaligus istirahat, karena hal ini sudah menjadi peraturan yang sudah disepakati supaya para karyawan tepat waktu ketika melaksanakan shalat.”¹²

Jadi kegiatan ibadah sehari-hari misalnya sholat lima waktu wajib bagi karyawan Acronic Store, ini sudah menjadi kegiatan biasa untuk dilaksanakan, kemudian jika sudah waktu jam sholat, toko akan sementara ditutup terlebih dahulu kemudian akan dibuka kembali setelah ibadah selesai dilaksanakan.

Karyawan seperti Mesfa ia mengatakan :

“Setiap karyawan wajib untuk menunaikan sholat fardhu jika masuk waktu sholat kecuali yang sedang berhalangan, maka sesegera mungkin untuk menutup toko sementara.”¹³

¹¹ Nurrohmah S wawancara dengan penulis pada tanggal 04 Mei 2019

¹² Sulis, wawancara dengan penulis pada tanggal 04 Mei 2019

¹³ Mesfa, wawancara, pada tanggal 4 Mei 2019

Berbeda dengan penjelasan dari Anita Wulandari selaku Manger

Toko Ia mengatakan:

“Pada jam waktu nya sholat misalnya pada saat dzuhur, banyak karyawan yang mengulur-ulur waktu dengan bermain HP hal ini menjadi lama jam untuk waktu beribadah shalat”

Dalam pelaksanaan penulis mengamati berdasarkan penjelasan diatas bahwa kegiatan ibadah sudah rutin dilaksanakan namun sebagian karyawan melakukan tindakan yang tidak baik dengan mengulur-ulur waktu sebelum sholat sehingga mengakibatkan tidak maksimalnya pelayanan toko ketika banyak pelanggan.

Nurrohmah S. Selaku pemilik Toko beliau Mengatakan :

“Saya selalu memantau aktifitas ibadah mereka dalam keseharian nya, memberikan peraturan dan sanksi secara tegas apabila ada karyawan yang kurang baik dalam beribadah, seperti sering telat atau bolong-bolong sholatnya.”¹⁴

Dari penjelasan diatas maka kegiatan Ibadah di tokoh Acronic Store, karyawan benar-benar diarahkan kepada perilaku keagamaan yang baik hal ini berdasarkan penjelasan dari pemilik toko, beliau memiliki cara dan metode yang efektif dan baik untuk kinerja sebagai karyawan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka kegiatan ibadah menjadi salah satu upaya atau metode dalam pembentukan perilaku keagamaan bagi karyawan toko Acronic Store, hal tersebut secara langsung wajib dilaksanakan sebagai wujud kedisiplinan dan ketaatan kepada Allah SWT. Maupun kepada peraturan toko itu sendiri.

¹⁴ Nurrohmah S wawancara dengan penulis pada tanggal 04 Mei 2019

2. Strategi Bidang Keilmuan

Strategi dalam bidang keilmuan ini yaitu strategi dalam upaya menanamkan nilai-nilai keagamaan para karyawan toko Acronic Store seperti dalam kegiatan kajian rutin yang diadakan toko Acronic Store yang diadakan dalam seminggu 1 kali ini.

Kegiatan mengikuti kajian ini juga menjadi bagian kegiatan rutin yang dilaksanakan oleh karyawan Acronic Store, dengan kegiatan tersebut diharapkan adanya siraman rohani terhadap diri pribadi masing-masing karyawan, dan pemilik toko berharap sebagai karyawan toko tidak hanya bekerja, namun ilmu akhirat juga penting untuk cari.¹⁵

Menurut sodari Novitasari ia mengatakan bahwa:

“Kegiatan kajian rutin yang dilaksanakan di Toko Acronics dilaksanakan setiap jum’at sore, kajian ini biasanya membahas tentang aqidah, akhlak, ibadah, fiqh dan lain-lain. Kami sebagai karyawan cukup terbantu dengan adanya kegiatan kajian ini, kami bisa belajar ilmu agama yang lebih luas apalagi dengan bekerja di toko Acronic Store ini sudah hal yang memang wajib ikut kajian jika tidak ikut kajian kan malu sendiri karena karyawan yang lain cukup antusias dalam mengikuti kajian.”¹⁶

Sedangkan menurut sodari Umami Hani ia mengatakan:

“Tidak semua karyawan ikut kajian terkadang ada beberapa orang yang izin karena halangan atau ada keperluan lainnya, biasanya kalo tidak ikut pengajian nanti jam kerja kita kurang satu jam, tapi kalo tidak ada halangan kami selalu ikut terus”¹⁷

Kemudian aktifitas karyawan yang wajib diikuti oleh semua karyawan yaitu mengikuti kajian jika ada ustad-ustad terkenal seperti Adi hidayat atau abdul somad karyawan diwajibkan mengikuti kajian tersebut kemudian berkaitan dengan biaya transport akan ditanggung dari toko.

¹⁵ Observasi penulis pada tanggal 4 Mei 2019

¹⁶ Novitasari, wawancara, pada tanggal 4 Mei 2019

¹⁷ Umami Hani wawancara dengan penulis pada tanggal 3 Mei 2019

Kajian yang dilaksanakan juga berupa diskusi bersama berkaitan dengan materi agama yang telah disampaikan oleh ustadzah, dari sini adanya komunikasi interpersonal yang dibangun dan kegiatan ini setiap karyawan secara langsung diajarkan ilmu agama untuk menjadi karyawan yang memiliki pribadi yang baik dimasa depan nanti.

Dari pemaparan diatas maka kegiatan kajian tersebut merupakan sabagai strategi dalam membentuk prilaku keagamaan terhadap karyawan toko Acronic Store sukarama Bandar lampung, karyawan merasa terbantu dengan adanya kegiatan tersebut untuk mendalami ilmu agama.

3. Strategi Bidang Manajemen Kerja

Manajemen kerja yang efektif menjadi salah satu cara ampuh untuk menjalankan sebuah usaha atau bisnis agar lebih baik dan berkembang. Namun, tidak semua perusahaan yang dapat melakukannya karena keterbatasan atau adanya hambatan, terutama dari sumber daya manusia yang dimiliki. Dalam bidang ini pemilik memberikan beberapa metode perturan agar karyawan-karyawan disiplin dalam menjalankan tugas dan kewajibannya adalah sebagai berikut:

a. Perencanaan kerja yang jelas dan terstruktur.

Kerja seperti itu sangat efektif dalam segi waktu apalagi biaya, tidak terkecuali untuk kinerja manajemen yang perlu merencanakan kebijakan-kebijakan strategi ke depan seperti apa. Semua harus terencana dan terstruktur agar komponen-komponen yang terlibat di dalamnya dapat bekerja dengan efektif, tidak memboroskan waktu dan biaya. Itulah cara kerja yang efektif.

Seperti yang dikatakan oleh pemilik saat wawancara sebagai berikut:

“Saya merencanakan sistem kerja yang karyawan sendiri mampu dan bisa untuk menjalani tugas dan tanggung jawabnya, perencanaan yang saya buat gunanya untuk membentuk cara kerja yang baik, terstruktur dengan baik.”¹⁸

Saudari Anita Wulandari mengatakan:

“Sebelum kita mulai kerja biasanya kita suka musyawarah bersama, membahas tugas dan kewajiban yang harus dipatuhi bersama supaya tau tugasnya masing-masing, tapi disini kita juga saling bantu sih ga berfokus sama satu tugas aja”¹⁹

Penjelasan tersebut berkaitan dengan kegiatan dan perturan menjadi karyawan toko Acronic Store. Sebelum bekerja pemilik toko sudah memberitahu peraturan-peraturan yang harus diikuti oleh karyawannya. Teknik perencanaan ini biasanya sudah disusun jauh-jauh hari sebelum mereka bekerja. Hal ini diungkapkan oleh ibu Nurohmah bahwa:

“Sebelum mereka kerja di toko ini, saya dari awal sudah memberitahu bahwa ada beberapa peraturan yang harus diikuti seperti memakai hijab, kontrak kerja satu tahun, mengikuti pengajian rutin, hafalan ayat dan lain-lain, supaya mereka terbiasa dan menjadi muslimah yang baik”

Dari penjelasan diatas maka dapat dipahami pemilik merencanakan dan menyusun dalam manajemen kerja karyawan, ini bertujuan agar apa yang sudah menjadi rencana dapat dijalankan dengan baik bagi karyawan, dengan perencanaan tersebut juga sistem kerja akan terarah dan terstruktur.

¹⁸ Nurrohmah S wawancara dengan penulis pada tanggal 04 Mei 2019

¹⁹ Anita Wulandari, wawancara, pada tanggal 3 Mei 2019.

b. Sumber daya manusia yang berkualitas.

Sebuah manajemen yang terdiri atas orang-orang pilihan yang berkualitas. Namun, jika orang-orang di dalamnya hanya pilihan dari keluarga atau kerabat terdekat yang tidak berkualitas sama sekali, sama saja omong kosong. Pengusaha yang masih menerapkan nepotisme seperti itu tidak akan bertahan lama karena jajaran di bagian atas diisi oleh orang-orang pilihan yang tidak berkompeten.

Berdasarkan data dilapangan karyawan toko Acronic Store memiliki karyawan yang hampir semua lulusan sarjana yang berkompeten dalam pelayanan dan penjualan ini dapat dilihat di data karyawan yang penulis ambil, terlampir.²⁰

Oleh karena itulah, pemilik Acronic Store harus berani mengambil langkah cerdas dan bijak agar jajaran manajemen diisi oleh orang-orang pilihan yang benar-benar berkualitas. Jika ingin usaha miliknya maju dan berkembang pesat, dengan mempraktikkan hal tersebut.

c. Belajar dari perusahaan lain.

Jajaran di manajemen dapat belajar dari perusahaan lain yang lebih maju dan berkembang. Dengan cara seperti itu, beberapa hal positif yang sangat bermanfaat dapat diadopsi untuk diterapkan demi kemajuan toko.

Seperti yang dikatakan oleh pemilik toko Nurrohmah S beliau menjelaskan bahwa toko Acronic Store banyak belajar dari beberapa tempat usaha lain dalam menggeluti bidang usaha apa saja, ini saya

²⁰ Dokumentasi penulis ditoko Acronic Store pada tanggal 4 mei 2019

lakukan agar faham dengan bersaingnya usaha penjualan yang semakin berkembang.²¹

Dari pemaparan diatas maka dapat dipahami dalam menekuni bidang usaha tentu toko Acronic Store tetap belajar kepada pengusaha lain ini bertujuan agar usaha-usaha yang dijalankan dapat meminimalisir hambatan-hambatan yang akan terjadi.

d. Menjalin Komunikasi yang baik

Komunikasi yang baik yang ada di toko Acronic Store merupakan kunci pelayanan kepada pelanggan, karena dari komunikasi sendiri pelanggan akan dilayani, saat akan membeli barang yang dijual, sama halnya komunikasi yang baik antar karyawan juga tidak kalah penting demi terciptanya hubungan yang harmonis.

Hal ini disampaikan oleh sdr Anita Wulandari bahwa:

“Komunikasi yang ada di toko ini dilakukan seperti pada umumnya, biasalah namanya juga manusia kadang ada yang kesinggung, gasuka, dan lain sebagainya yang membuat hubungan kurang baik. Tidak semua keseharian kami di toko ini selalu terjalin hubungan yang harmonis, tapi ada juga hubungan yang kurang baik akan tetapi kami bisa menyelesaikan secara dewasa, sehingga kami tetap profesional dalam melakukan pekerjaan kami sebagai karyawan toko Acronic Store.”²²

Dari penjelasan informan diatas dapat penulis jelaskan bahwa, setiap kehidupan dimanapun tempatnya semua pasti menghadapi yang namanya masalah, sama halnya dengan yang dialami oleh para karyawan toko Acronic Store yang sebagian mereka berkomunikasi dan bertemu hampir setiap hari wajar saja jika misalkan ada hubungan yang kurang baik sehingga dapat menimbulkan konflik pribadi dalam berkomunikasi

²¹ Nurrohman S wawancara dengan penulis pada tanggal 04 Mei 2019

²² Anita Wulandari, Wawancara, pada tanggal 03 Mei 2019

tetapi mereka dapat menyelesaikan secara dewasa dan profesional dalam bekerja.

Selain itu karyawan lain seperti fera mengatakan bahwa:

“Selama saya bekerja disini komunikasi sama karyawan lain dan pelanggan menurut saya baik-baik aja, namanya manusia pasti punya rasa jenuh, bosan, apalagi kalo kita lagi ada masalah disuruh dikit aja kadang suka badmood tapi disini kita kan kerja sama orang jadi harus ngikutin perturan yang ada dan ngilangin ego kita supaya kita belajar profesional, bagi saya ini sih tantangan, ini juga akan demi kebaikan kita semua”.²³

Kemudian seperti yang dikatakan oleh fera bahwa setiap pekerjaan pasti ada masalah yang dihadapi tetapi itu semua menjadi tantangan dan ujian bagi mereka karena mereka bekerja dengan orang lain jadi harus mengikut peraturan yang ada dan menghilangkan ego masing-masing ketika sedang badmood, tetapi mereka menyadari bahwa ini semua demi kebaikan mereka juga.

Toko Acronic Store memiliki cara tersendiri bagi karyawan agar mereka selalu dapat menjaga kekompakan dan keprofesionalan kerja, hal ini dapat diwujukan dengan sikap dan sifat pemilik yang secara pribadi sangat dekat dan mengerti apa yang dibutuhkan dan inginkan karyawan ditokonya. Hal ini diungkapkan oleh pemilik toko ibu Nurrohmah S. mengatakan:

“Saya sendiri memiliki karyawan yang penting jujur disiplin dan tanggung jawab dalam berkerja, urusan kerja yaa urusan saya juga, kalo ada masalah sesama karyawan yaa masalah saya juga jadi saya menjadi bagian dari mereka, dan bisa dibilang saya juga seperti orang tua mereka selama bekerja saya ingin mereka tidak hanya bekerja buat kepentingan dunia saja tapi harus seimbang antara dunia dan akhirat makanya saya terapkan peraturan seperti itu.”²⁴

²³ Fera, Wawancara, pada tanggal 03 Mei 2019

²⁴ Nurohmah, Wawancara, 6 mei 2019

Sebagaimana seorang pemimpin tentu menjadi pondasi dalam suksesnya dalam usaha juga memiliki pengaruh besar terhadap toko Acronic Store ini, maka pemilik toko berhak mengatur dan memimpin apa dan bagaimana sistem dan startegi yang digunakan dalam usaha berdagang.

Pemilik toko menginginkan supaya karyawannya dapat menjaga komunikasi, baik dengan peilik dalam melaporkan segala macam yang berkaitan dengan toko maupun komunikasi terhadap semasa dan dengan terjalin nya komunikasi yang baik diharapkan kerja karyawan akan lebih maksimal.

Berhubungan dengan tindakan lain dari pemilik toko Acronic Store yaitu karyawan selalu dipantau setiap kesehariannya dalam berkerja, guna memberikan kedisiplinan dalam berkerja, pemilik toko juga memberikan perturan-peraturan yang wajib dilaksanakan, contohnya seperti:

a. Absensi kehadiran.

Kehadiran karyawan tentunya akan memengaruhi tugas karyawan lainnya dan para pelanggan, Kehadiran yang kurang baik akan memengaruhi karyawan lain yang taat akan peraturan dan memiliki etika kerja yang baik, Absensi menimbulkan lebih banyak pekerjaan untuk karyawan lain atau menyebabkan pekerjaan penting yang harusnya diselesaikan dalam tim menjadi terbengkalai.

Hal ini disampaikan oleh rabiatul husna bahwa:

“Kegiatan absen dilakukan agar karyawan tidak semau-mau dalam berkerja di toko Acronic Store ini, karyawan akan lebih tertib dalam berkerja, dan dapat terpantau dalam berkerja setiap bulan nya. Kami selalu harus absen pagi pukul 07.00 dan sore hari 16.00 WIB agar kami disiplin dalam berkerja”.²⁵

²⁵ Rabiatul husna, wawancara, pada tanggal 4 Mei 2019

Maka dari hal ini penting sekali absen pagi dan sore wajib dilaksanakan khususnya bagi karyawan toko Acronic Store, sehingga pekerjaan-pekerjaan akan dapat diselesaikan sesuai dengan tepat waktu dan baik, sehingga tidak menimbulkan kecemburuan dan selisih antar karyawan.

b. Mengajukan Izin

Wajib bagi setiap karyawan untuk meminta izin terlebih dahulu guna kepentingan pribadi masing-masing karyawan, meminta izin yang dimaksud disini jika ada keperluan mendadak ataupun keperluan pribadi guna terjalin nya komunikasi antar karyawan, dengan adanya salah satu yang izin maka bagian pekerjaan yang kosong akan segera digantikan sehingga tidak menimbulkan hal yang tidak baik terhadap pelayanan toko. Hal ini di sampaikan oleh Anita Wulandari bahwa:

“Setiap karyawan wajib izin kesaya jika ada kepentingan yang memang tidak bisa ditinggalkan, seperti sakit atau jika ada keluarga yang sakit atau hal lain kami selalu ingin adanya komunikasi supaya ketika dia tidak bekerja bisa digantikan tugasnya oleh yang lain.”²⁶

Dalam sebuah perusahaan, karyawan adalah orang yang akan berperan penting untuk menggerakkan roda bisnis. Tanpa karyawan maka kegiatan usaha bisa lumpuh dan tak berjalan, Karena begitu sangat pentingnya keberadaan karyawan ini tak jarang kemudian beberapa perusahaan membuat kebijakan dan peraturan agar mereka tatap tertib dalam berkerja dan memiliki kedisiplinan dalam berkerja, maka dari itu ditoko acronis mewajibkan karyawan nya untuk meminta izin terlebih dahulu jika ada keperluan yang penting.

²⁶Anita Wulandari, wawancara, pada tanggal 4 Mei 2019

Kemudian berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pemilik toko Acronic Store tugas dan kewajiban karyawan secara umum dapat penulis jelaskan sebagai berikut:

- 1) Menjalankan tugas dan peran-nya masing-masing ditoko acronic
- 2) Mewujudkan visi dan misi toko Acronic Store
- 3) Melayani pelanggan dengan senang hati murah senyum dan tanggap terhadap pelanggan
- 4) Bersama saling menjaga komunikasi dan kekompakan dalam berkerja.
- 5) Jujur, teliti, tanggung jawab dalam berkerja.²⁷

Aturan atauran diatas menjadi hal yang harus dijalankan bagi setiap karyawan yang berkerja di toko Acronic Store, ini peraturan guna mendisplinkan kerja karyawan, dan diharapkan bisa secara baik dan maksimal dalam berkerja.

Dalam setiap pekerjaan tentu ada masalah yang dihadapi baik itu secara langsung maupun tidak langsung, seperti dalam berkomunikasi, tidak dijalankan tugas dan tanggung jawabnya, kurang disiplinnya dalam berkerja, lambatnya dalam berkerja dan masalah masalah yang lain berkaitan dengan pekerjaan.

Ditoko Acronic Store ini misalnya dengan diawasi oleh Anita Wulandari selaku Manager toko Acronic Store setiap karyawan yang lain dalam berkerja ada saja yang tidak senang terhadap perintahnya,. Hal ini disampaikan oleh Anita wulandari bahwa:

“Permasalahan terkadang tidaklah besar cuman ya terkadang bikin kesel dihati saja saya disini ditunjuk untuk ngawasin mereka yang ada di toko ini dan hal ini menjadi tanggung jawab penuh saya bagus gaknya manajemen di toko Acronic Store ini. Memang masalah yang kami

²⁷Wawancara penulis pada tanggal 7 mei 2019

hadapi bukanlah masalah besar jika hal itu terjadi tetapi ini menjadi tidak baiknya komunikasi interpersonal saya terhadap semua karyawan yang lain.”²⁸

Kendala lain saat bekerja bisa saja seperti saat melayani konsumen yang tidak sabar ketika misalnya sedang ngeprint, bayar dikasir antri, dan lain sebagainya, Selain itu bekerja di acronics harus mengikuti sistem kontrak selama 1 tahun, karyawan memang dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan yang datang ke toko.

4. Startegi Bidang Evaluasi kerja

Demi terjalannya komunikasi yang baik. maka kami selalu mengadakan evaluasi setiap minggu dan satu bulan sekali guna memperbaiki hal yang kiranya perlu dan harus diperbaiki. Evaluasi ini diharapkan dapat membangun dan memperbaiki masing-masing karyawan toko Acronic Store. Hal ini disampaikan ibu Nurrohmah Syahidah selaku pemilik toko Acronic bahwa:

“Saya selalu memberikan arahan kepada karyawan setiap evaluasi dilaksanakan, memberi motivasi dan dorongan kepada mereka yang berkerja di tempat saya karena ini menjadi kewajiban saya untuk mengarahkan mereka yang tujuan nya dalam berkerja lebih professional dan lebih baik lagi.”²⁹

Pemilik toko selalu memberikan arahan dan motivasi kepada karyawannya supaya apa yang direncanakan sesuai dengan yang diharapkan.

Karyawan lain seperti Mesfa mengatakan bahwa:

“Dalam evaluasi ini saya bisa menyampaikan unek-unek saya saat bekerja dan tugas masing-masing harusnya bagaimana, saya curhat disini bercerita dan menjadikan saya lega dan membuka pandangan karyawan lain dalam masalah pekerjaan”.³⁰

²⁸Anita wulandari wawancara, pada tanggal 11 mei 2019

²⁹Ibu Nurrohmah, wawancara, pada tanggal 11 mei 2019

³⁰Mesfa, wawancara, pada tanggal 4 mei 2019

Kemudian menurut saudari Madu cahyana ia mengatakan:

“Dievaluasi ini akan terjawab masing-masing problem pribadi maupun diluar itu, semua bisa mengkoreksi bahwa saya kurang tepat jika saya bersikap seperti ini dan seperti itu.”³¹

Dari penjelasan sumber informan diatas maka dapat disimpulkan bahwa evaluasi menjadi hal penting untuk dilaksanakan sebagai kegiatan pembenahan dan laporan hasil kinerja toko acronics apabila kinerja kurang baik maka akan dibenahi dan didiskusikan bersama dan apabila kinerjanya sudah baik maka untuk ditingkatkan kembali kinerjanya.

Dari pemaparan diatas maka penulis dapat menjelaskan hal penting dalam berkerja tentu adanya sikap saling menghargai dan tanggung jawab kepada sesama, ini diwujudkan untuk terjalinya komunikasi yang baik sehingga, masalah dapat diminimalisir, kemudian dengan adanya evaluasi ini karyawan dapat memahami dan saling menghargai tugas dan kewajiban masing-masing karyawan.

³¹ Madu cahyana wawancara, pada tanggal 4 mei 2019

BAB IV

STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM

MEMBENTUK PERILAKU KEAGAMAAN KARYAWAN

TOKO ACRONICS STATIONARY

A. Strategi Komunikasi Interpersonal

Strategi komunikasi merupakan perencanaan, taktik, rancangan dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan proses komunikasi, memperhatikan semua bagian yang ada dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Maka jika dikaitkan dengan pokok masalah penelitian, strategi komunikasi ini dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.

Penulis memahami bahwa strategi merupakan rencana yang menghususkan pada tujuan organisasi, dalam hal ini pelayanan kepada masyarakat. Strategi didalamnya menggambarkan misi dasar dari organisasi serta tujuan dan sasaran yang hendak dicapai, juga cara-cara pemanfaatan sumber-sumber organisasi untuk mencapai sasarannya.

Dalam melakukan komunikasi tidak selalu berjalan secara baik, itu terjadi karena adanya hambatan-hambatan dalam menjalankan komunikasi yang efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkin seseorang dapat melakukan komunikasi secara sebenar-benarnya efektif.

Toko Acronics Stationary Sebagai usaha yang bergerak di bidang bisnis Penjualan alat-tulis dan perlengkapan kebutuhan kantor, toko selalu ingin memberikan yang terbaik bagi para pelanggannya. Dengan berkomunikasi secara baik dan strategi-strategi komunikasi yang sudah di atur maka diharapkan pelanggan akan senang dan terlayani dengan baik.

Dalam menjalani usaha terutama di bidang penjualan tentu karyawan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang baik melalui komunikasi dan, tidak kalah penting manajemen pengelolaan toko menjadi kunci utama dalam suksesnya usaha ini, tidak sedikit program kegiatan atau aturan yang wajib dilaksanakan oleh semua karyawan yang ada.

Pemilik Toko Acronics Stationary Sukarame Bandarlampung memiliki strategi manajemen yang cukup baik dalam mengatur semua karyawan dalam pekerjaan, tidak hanya itu berkaitan dengan perilaku keagamaan seperti ibadah, akidah dan Akhlak di keseharian mereka saat berkerja selalu diarahakan dan dibimbing oleh pemilik toko Acronics Stationary.

Namun untuk mewujudkan hal itu, dibutuhkan strategi komunikasi interpersonal untuk karyawan, Berdasarkan pengamatan penulis, toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung memiliki strategi komunikasi interpersonal yang baik dimana strategi komunikasi ini difungsikan dalam menjaga hubungan dan perilaku keagamaan mereka sebagai umat Islam.

Maka strategi komunikasi ini dibutuhkan guna untuk mencapai tujuan yang diinginkan, terlebih pada toko toko Acronics Stationary yang bergerak dibidang penjualan alat tulis kantor yang dalam hal ini pemilik toko tidak hanya memanajemen toko saja namun, pada pembentukan perilaku keagamaan mereka juga penting untuk di atur, sehingga karyawan memiliki akhlakulkarimah yang baik.

Dari pemaparan diatas maka dapat disimpulkan dalam menjalani visi dan misi suatu organisasi atau bidang usaha dibutuhkan strategi komunikasi ataupun manajemen komunikasi yang baik, seperti halnya toko Acronics Stationary yang bergerak dibidang penjualan tentu startegi komunikasi dalam

melayani pelanggan penting untuk dirumuskan, penting juga berkaitan dengan manajemen pengelolaan toko dalam mengatur dan mengelola toko agar semua yang menjadi tujuan dapat terwujud.

B. Bentuk Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membentuk Perilaku Keagamaan

1. Bentuk Strategi Komunikasi

Bentuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh toko Acronics Stationary diwujudkan dalam tiga tahap melakukan strategi sesuai dengan yang diungkapkan oleh Fred R. David dalam landasan teori pada babII, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

Seperti yang diungkapkan oleh Effendy Uchjana dalam bab sebelumnya bahwa strategi komunikasi merupakan percampuran antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Ketiga tahap tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang mereka terima, setelah komunikan mengerti dan menerima pesan maka pesan ini harus dilakukan pembinaan, setelah penerimaan itu dibina maka kegiatan ini harus dimotivasikan.

Dari penjelasan diatas penulsi akan menjelaskan pembagian tiga tahapan dalam strategi tersebut berkaitan dengan strategi komunikasi interpersonal dalam membentuk perilaku keagamaan karyawan toko acronics Stationary Sukarame Bandarlampung sebagai berikut:

a. Perumusan strategi

Perumusan strategi merupakan tahap awal atau dimulainya strategi akan dibentuk ataupun direncanakan maka pada tahap ini merupakan tahap musyawarah awal yang isinya berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab karyawan acronics Stationary, ditahap ini pula menjadi hal yang penting untuk diikuti dan diinformasikan kepada karyawan, dengan adanya musayawarah awal ini maka karyawan akan memahami dengan baik dan dapat bekal yang cukup ketika sudah mulai berkerja.

Pada tahap perumusan startegi penulis menemukan data bahwa apa yang dibahas salah satunya yang disampaikan oleh pemilik toko acronics Stationary kepada karyawan yaitu ada beberapa hal perturan yang wajib dilaksanan seperti berkaitan dengan ibadah sholat lima waktu, tadarus al-qur'an, mengikuti tausyiah ini menjadi poin penting bagi karyawan untuk mengetahuinya.

Kemudian pemabahasan selanjutnya berkaitan dengan manajeman pengelolaan toko yang mana masing-masing karyawan akan memiliki job skrip atau tugas dan tanggung jawab masing-masing bidang, seperti yang yang dikatakan anita wulandari selaku manajer toko semua karyawan akan di beri tugas pada masing-masing bidang dan mereka akan diajarkan secara langsung dimasing-masing bidang.

b. Implementasi Strategi

Implementasi Strategi ini merupakan strategi yang telah direncanakan pada tahap pertama yaitu perumusan strategi kemudian pada tahap ini merupakan tahap action yang membutuhkan komitmen serta kerja sama dari seluruh divisi dalam usaha.

Strategi ini lebih mengarah kepada proses implementasi dari perumusan strategi yaitu apa yang telah dirancang atau disusun akan dipraktikkan langsung oleh karyawan berkaitan dengan kegiatan yang ada khususnya di toko acronics Stationary, bidang ini tidaklah mudah bagi setiap organisasi usaha, karena pada dasarnya setiap yang direncanakan terkadang selalu mengalami kendala yang menghambat.

Maka dalam strategi ini pemilik toko acronis mempunyai cara atau metode dan upaya agar karyawan tetap memiliki kedisiplinan tanggung jawab dalam bekerja, sehingga hal-hal yang tidak diinginkan akan diminimalisir dengan baik, strategi-strategi yang digunakan merupakan strategi yang menekan kepada karyawan agar memiliki pribadi yang jujur, berakhlak mulia dan taat beribadah.

Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya berdasarkan hasil penelitian yang ada di lapangan pada tahap implementasi strategi ini semua karyawan toko acronics Stationary sudah memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing sebagai karyawan.

Seperti pada bagian foto copy, rental computer, penjualan alat tulis, bagian penjualan busana muslim, kasir, keuangan dan admin di toko acronics Stationary sudah tersusun dengan baik tugas-tugas mereka namun dalam proses bekerja tidak semua menjalankan tugasnya.

Seperti yang dijelaskan oleh saudara Anita Wulandari pada bab sebelumnya bahwa ada problem yang kurang dimana sebagian karyawan belum maksimal dalam bekerja, seperti jika tidak diperintah langsung mereka tidak mau menjalankan tugasnya, atau dalam bidang lain yang melalaikan tugas dan tanggung jawabnya.

Hal tersebut menimbulkan hubungan komunikasi yang kurang baik terhadap sesama karyawan, namun masalah tersebut menjadi hal biasa bagi mereka dan mereka sebagai karyawan dapat menyelesaikan permasalahan tersebut secara dewasa, dan tetap menjadi pribadi karyawan yang professional.

Kemudian pada bagian lain seperti kegiatan ibadah guna membentuk pribadi yang berakhlakul karimah, ditoko acronics Stationary semua karyawan wajib mengikuti beberapa kegiatan agama seperti sholat lima waktu, kajian setiap jum'at, dan mengahdiri pengajian jika ada ustad dari luar kota.

Salah satu kegiatan yang dapat membentuk pribadi berakhlakul karimah yaitu pada pembinaan saat mengikuti tausyiah agama yang penulis jabarkan pada bab sebelumnya bahwa kegiatan tausyiah tersebut membahas mengenai ibadah, aqidah, dan akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Jika karyawan tidak mengikuti pengajian maka akan mendapatkan pengurangan point dari pemilik atau bisa dikatakan bahwa karyawan kurang satu jam dalam bekerja sehingga hal itu dapat mengakibatkan pengurangan gaji.

Kegiatan tersebut menjadi hal yang wajib untuk diikuti namun seperti pada umumnya tidak semua bisa hadir dalam acara tersebut karena ada kesibukan pribadi, atau berhalangan, dan hal tersebut akan dimaklumi ketika karyawan yang pada setiap kegiatan tidak bisa hadir namun mengajukan izin terlebih dahulu.

Karena sudah mejadi aturan tersendiri bagi setiap karyawan agar dapat disiplin dalam berkerja ditoko acronics Stationary, inilah salah satu strategi kepada karyawan agar tetap taat dan disiplin sebagai karyawan.

c. Evaluasi Strategi

Tahap akhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya.

Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dalam usaha dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai. Peninjauan terhadap faktor eksternal dan internal, membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan, dan pengambilan tindakan korektif juga diperlukan sebagai dasar dalam evaluasi strategi.

Berdasarkan pemaparan pada bab III sebelumnya bahwa toko Acronics Stationary ini juga mengadakan evaluasi terhadap penjualan dan kegiatan karyawan setiap satu bulan sekali ini di fungsikan agar semua karyawan melaporkan hasil kerja mereka dalam satu bulan.

Kegiatan evaluasi di toko Acronics Stationary ini melihat 2 bentuk kinerja karyawan terhadap pengamatan dan hasil pemasukan keuangan toko, berkaitan dengan pengamatan disini yaitu dari penilaian sodara anita wulandari selaku manager toko yang menjadi pengawas kesemua bidang kerja.

Kemudian berkiatan dengan pemasukan keuangan toko Acronics Stationary ini lebih melihat jumlah pelanggan yang datang dan terlayani dengan baik oleh semua karyawan, bagian ini menjadi hal penting untuk dibahas dalam evaluasi tersebut guna suksesnya penjualan toko.

Selanjutnya berkaitan dengan pembinaan keagamaan juga dibahas dalam evaluasi, hal ini sangat penting karena menjadi bagaian dari kegaitan yang wajib diikuti oleh setiap karyawan, hal ini biasanya membahas tentang berapa kali absen dalam satu bulan tersebut dan dibahas pula apa yang akan dikaji dibulan selanjutnya.

Strategi dalam pembinaan bidang keagamaan ini yaitu dengan mengikuti kajian-kajian rutin yang diadakah di toko Acronics Stationary dan diisi oleh satu ustadzah dengan materi yang disampaikan seperti fiqih, aqidah, dan ibadah, hal tersebut disampaikan melalui ceramah dan Tanya jawab kepada semua karyawan.

Berdasarkan rangkuman diatas maka strategi evaluasi ini merupakan tahap hasil dari setiap tugas, peran, kegaitan yang diikuti oleh setiap karyawan, pada strategi evaluasi ini juga menjadi bahan untuk penilaian apakah ada peningkatan dari bulan selanjutnya. Kemudian hasil dari evaluasi akan menjadi tolak ukur pada evaluasi yang akan datang.

2. Metode Komunikasi Interpersonal

Dalam metode komunikasi interpesonal ini penulis akan menjabarkan 4 metode yang digunakan oleh pemilik toko acronics Stationary ini yaitu sebagai berikut:

- a. Metode redundancy ini merupakan cara memengaruhi karyawan dengan jalan mengulang-ngulang pesan pada karyawan, melalui metode ini karyawan toko akan lebih memperhatikan pesan tersebut, karyawan tidak akan melupakan hal yang penting yang disampaikan berulang-ulang itu.

Metode ini lebih mengarah kebagian perintah tentang bidang ibadah yang telah penulis jelaskan pada bab sebelumnya, bidang ibadah yang dimaksud dalam hal ini yaitu seperti perintah untuk menunaikan ibadah sholat tepat waktu walaupun saat berkerja.

Semua karyawan ketika sudah masuk jam sholat diharuskan untuk segera melaksanakan ibadah sholat lima waktu dengan menutup toko sementara, namun kegiatan tersebut terkadang menimbulkan masalah kecil seperti pada sebagian karyawan yang mengulur-ngulur waktu dengan assik bermain hanphone.

Kemudian metode redundancy ini juga mengarah kepada kebiasaan karyawan dengan aktifitas tadarus Al-Qur'an seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya karyawan ini diwajibkan untuk tadarus dan setoran hafalan satu minggu sekali hal ini dilaksanakan agar menjadi kebiasaan saat masih menjadi karyawan maupun sudah tidak.

- b. Metode canalizing adalah memengaruhi karyawan toko untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya kearah yang kita hendaki.

Pada bagian ini lebih mengarah kepada nasehat-nasehat yang disampaikan oleh pemilik saat evaluasi maupun saat berkerja saat karyawan toko Acronics Stationary melakukan tindakan yang kurang baik.

Metode canalizing tersebut sering digunakan oleh pemilik toko guna membina dan mengarahkan karyawannya untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi, dengan metode ini karyawan toko Acronics Stationary akan selalu menerima nasehat-nasehat dari pemilik toko, baik berkaitan dengan ibadah maupun berkaitan dengan kerja karyawan.

- c. Metode informatif adalah suatu bentuk isi pesan yang bertujuan memengaruhi karyawan toko dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula.

Kemudian berdasarkan data hasil dilapangan bahwasanya metode ini berkaitan dengan laporan-laporan aktifitas karyawan dalam berkerja, hal ini dilaporkan oleh manager toko Acronics Stationary kepada pemilik.

Laporan tersebut biasanya berkaitan dengan karyawan, pelanggan, keuangan, ataupun stok barang yang ada di toko, hal tersebut harus diketahui oleh pemilik toko yang fungsinya agar setiap yang lakukan dan arus usaha terantau oleh pemilik.

- d. Metode kursif, memengaruhi karyawan toko dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan bahwa metode ini lebih kebagian peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh pemilik toko Acronics Stationary, hal tersebut sebelum berkerja sebagai karyawan toko pemilik dengan tegas menggunakan metode Kursif, semua

karyawan akan di beri arahan dan penjelasan seperti apa dan bagaimana saja untuk menjadi karyawan di toko Acronics Stationary ini.

Namun berdasarkan pengamatan penulis bahwa metode ini terkadang para karyawan masih ada yang melanggar dan tidak sepenuhnya melaksanakan perintah-perintah tersebut.

Metode ini juga digunakan oleh pemilik pada bagian ibadah yang semua karyawan juga wajib dan harus mengikuti apa yang telah ditetapkan, seperti sholat lima waktu dan kegiatan kegiatan yang lain yang karyawan tidak bisa menolak kecuali ada alasan-alasan tertentu.

e. Metode Mau'izah (Nasehat)

Melalui metode Mau'izah atau nasehat disini dapat berupa sebuah tausiyah atau dalam bentuk teguran. Aplikasi metode nasehat diantaranya adalah nasehat dengan argumen logika, nasehat tentang amal ma'ruf nahi munkar, amal ibadah, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil data lapangan metode ini mengarah kepada Strategi bidang keilmuan yang dalam kegiatannya adanya kajian rutin yang dilaksanakan setiap hari jum'at dalam seminggu sekali, didalam kajian tersebut terdapat ustadzah dan semua karyawan toko Acronics Stationary.

Dalam kegiatan ini penulis menemukan terdapat adanya masalah yaitu berkaitan dengan tingkat kehadiran karyawan yang terkadang ada beberapa tidak mengikuti dalam kajian tersebut, hal ini menimbulkan teguran-teguran oleh pemilik toko kepada karyawan yang tidak mengikutinya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis mempelajari serta menganalisis dari hasil temuan penelitian dalam skripsi ini. Maka disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemilik toko acronics yaitu sebagai berikut:

1. Tahap awal yaitu merumuskan Strategi yaitu menggunakan perencanaan, menerapkan peraturan-peraturan, tugas dan tanggung jawab karyawan.
2. Kemudian tahap Implementasi Strategi dimana pada tahap ini merupakan tahap proses pelaksanaan dari perumusan strategi, yang mana semua bagian dan bidang untuk dapat menjalankan fungsi dan tugasnya masing-masing.
3. Tahap Evaluasi Strategi, dimana pada tahap ini merupakan tahap hasil akhir dari perumusan dan implementasi yang sudah dilaksanakan oleh setiap karyawan Acronics Stationary.

B. Saran

Pemilik toko Acronics Stationary merupakan owner yang berperan sangat penting bagi suksesnya usaha penjualan toko, maka perlu diperhatikan dalam setiap aktifitas karyawan sehari-hari dalam melayani pelanggan saat berkomunikasi, perlu diperhatikan juga peran dan tugas mereka saat berkerja, kemudian strategi dalam pembinaan prilaku keagamaan. perlu adanya peningkatan kinerja karyawan agar selalu menjadi pribadi yang baik, dan memiliki tataanan kehidupan Islam yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Yatimul, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, Jakarta: Amzah, 2007
- Ahmad Syarwani, Edi Harahap, *Komunikasi Antrarpribadi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Akbar Purnomo Setiadi & Husaini, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008
- Al-Abrasyi Muhammad Athiyah, *Dasar-dasar Pokok Pendidikan Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1944
- Al-Qhazali Imam, *Ihya' Ulum al-din*, Beirut: Dar al-fikr
- An-Nahlawi Abdurrahman, *Prinsip-prinsip dan Metoda Pendidikan Agama Islam: dalam keluarga, disekolah dan dimasyarakat*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992
- Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar ringkas*, Bandung: Armico, 1982
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Suatu Pendekatan Dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996
- Asmuni Yusran, *Ilmu Tauhid*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000
- AW Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Burhannudin Tamyzi, *Akhlak Pesantren solusi bagi Kerusakan Akhlak*, Yogyakarta: Ittiqa Press, 2001
- Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- David Fred R, *Manajemen Strategi dan Konsep*, Jakarta: Prenhalindo, 2002
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005
- Effendy Onong Uchjana, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: PT Alumni, 1981
- Hadi Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1983

- Hasan M Ali dkk, *Aqidah Akhlak*, Semarang: Toha Putra, 1996
- J Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya, 2004
- Kartini Kartono *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar maju, 1996
- Liliweri Alo , *Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Citra Aditya bakti, 1997
- Mustaqim Abdul, *Akhlak Tasawuf jalan menuju revolusi*, Yogyakarta: Kreasi wacana, 2007
- Mustofa A, *Akhlak Tasawuf*, Bandung: CV Pustaka Setia, 1997
- Nata Abuddin, *Metodologi Studi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000
- Nazir Mohammad, *Metode Penelitian*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1998
- Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung:CV Remaja Rosdakarya, 1986
- Poerwadarminta W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1991
- Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Terbaru*, Surabaya: Amalia Surabaya, 2003
- Ramayulis, *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Mulia, 2013
- Rohim H. Syaiful, *Teori Komunikasi Perspektif Ragam & Aplikasi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009
- Shigab Quraiish, *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung: Mirzan, 1996
- Singarimbun Masri, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta, Pustaka LP3ES Indonesia, IKAPI, 2008
- Soehartono Irawan, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta:2017
- Syafaat Aat, TB, *Peranan Pendidikan Agama Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008
- Syarwani Ahmad, Edi Harahap, *Komunikasi Antrarpribadi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016

Taher H.M dan Mursal, *kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan*, Bandung: Al-ma'arif, 1980

Toumy Omar Muhammad Al, Hasan Langgulung (penerjemah) *Falsafah Pendidikan Islam*, Jakarta:PT Bulan Bintang, 1979

Wahab Rohmalina, *Psikologi Agama*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2015

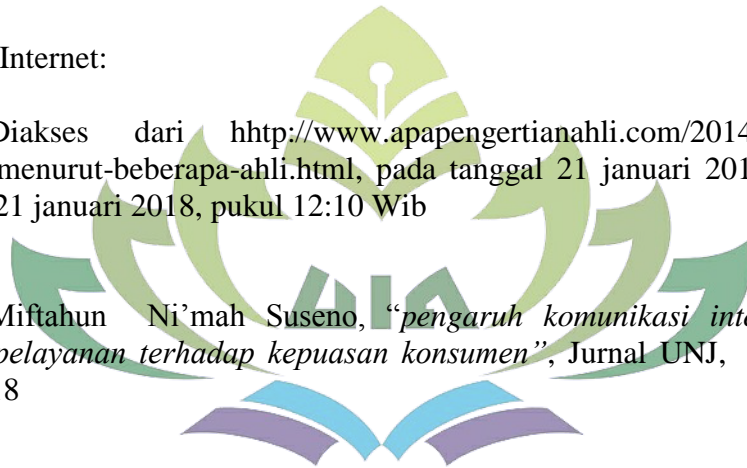
Widjaja H.A.W, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002

Wiranto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Gramedia Widia Sarana Indonesia, 200

Sumber Internet:

Diakses dari <http://www.apapengertianahli.com/2014/12/pengertian-strategi-menurut-beberapa-ahli.html>, pada tanggal 21 januari 2018, pukul 12:10 tanggal 21 januari 2018, pukul 12:10 Wib

Miftahun Ni'mah Suseno, "*pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*", Jurnal UNJ, Vol .17 N O.1 2012,h.18



Pedoman Interview

Pertanyaan Pemilik

1. Sejak kapan ibu mendirikan Toko ini ?
2. Bagaimana kedekatan ibu dengan karyawan ?
3. Apa yang membuat ibu termotivasi untuk menerapkan aturan seperti ini kepada karyawan ?
4. Bagaimana kegiatan ibadah semua karyawan ?
5. Strategi apa yang digunakan untuk membentuk perilaku keagamaan karyawan?
6. Apa yang menjadi penghambat dalam menyampaikan aturan seperti ini?
7. Apakah ada perubahan setelah diterapkan aturan seperti ini ?

Untuk Karyawan

1. Sejak kapan bekerja disini ?
2. Bagaimana dengan aturan yang ada di toko ini apakah keberatan atau tidak ?
3. Apa saja kegiatan-kegiatan keagamaan yang ada di toko ini ?
4. Apakah ada perubahan sebelum dan setelah bekerja di toko ini ?
5. Bagaimana komunikasi terhadap karyawan lainnya?
6. Apakah ada kendala saat bekerja di toko ini ?
7. Bagaimana cara menanggapi konsumen yang rewel ?

PEDOMAN OBSERVASI

1. Observasi terhadap proses komunikasi interpersonal antara pemilik dan karyawan

Toko Acronics Stationary Sukarama Bandar Lampung

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah singkat Toko Acronics Stationary Sukarama Bandar Lampung
2. Kondisi Geografis Toko Acronics Stationary Sukarama Bandar Lampung
3. Kondisi sosial dan keagamaan karyawan Toko Acronics Stationary Sukarama Bandar Lampung

